

**INSTITUTO DE ESTUDOS SUPERIORES MILITARES**  
**CURSO DE PROMOÇÃO A OFICIAL GENERAL**

**2014/2015**



**TII**

**A GUERRA EM “DIRETO” E O DIREITO À INFORMAÇÃO.  
NOVOS PARADIGMAS NA CONDUÇÃO DAS OPERAÇÕES**

**O TEXTO CORRESPONDE A TRABALHO FEITO DURANTE A FREQUÊNCIA  
DO CURSO NO IESM SENDO DA RESPONSABILIDADE DO SEU AUTOR, NÃO  
CONSTITUINDO ASSIM DOUTRINA OFICIAL DAS FORÇAS ARMADAS  
PORTUGUESAS E DA GUARDA NACIONAL REPUBLICANA.**



## **INSTITUTO DE ESTUDOS SUPERIORES MILITARES**

A GUERRA EM “DIRETO” E O DIREITO À INFORMAÇÃO  
NOVOS PARADIGMAS NA CONDUÇÃO DAS OPERAÇÕES

**COR ART JOSÉ DOMINGOS SARDINHA DIAS**

Trabalho de Investigação Individual do CPOG 2014/2015



## **INSTITUTO DE ESTUDOS SUPERIORES MILITARES**

A GUERRA EM “DIRETO” E O DIREITO À INFORMAÇÃO  
NOVOS PARADIGMAS NA CONDUÇÃO DAS OPERAÇÕES

**COR ART JOSÉ DOMINGOS SARDINHA DIAS**

Trabalho de Investigação Individual do CPOG 2014/2015

Orientador: **COR ENGAER BERNARDINO JOSÉ GARCIA DOS  
SANTOS**



## **Agradecimentos**

Ao Coronel ENGAER, Bernardino José Garcia dos Santos, meu orientador, pelos conselhos, sugestões e permanente disponibilidade, dispensados ao longo da minha investigação.

Aos conferencistas e às personalidades que me concederam a oportunidade de as entrevistar, pela receptividade e total colaboração para me elucidarem e auxiliarem no tratamento dos diversos assuntos abordados, o que contribuiu de modo muito significativo para realização deste trabalho.

A todos os camaradas Auditores do CPOG pela ajuda e grande companheirismo, sempre manifestados ao longo do Curso.

À minha mulher, Maria, pelo estímulo, compreensão e constante apoio que sempre me dedicou.

A todos, bem hajam



## Índice

Introdução .....	1
1. Os <i>media</i> e o impacto da evolução tecnológica no jornalismo de guerra .....	7
a. Da imprensa à era da televisão .....	7
b. O “direto” e a notícia em atualização .....	9
c. A atividade militar, o jornalismo e o direito à informação .....	11
d. Síntese conclusiva .....	13
2. A importância dos <i>media</i> no acompanhamento das operações militares .....	15
a. Os <i>media</i> nos grandes conflitos armados até à Primeira Guerra do Golfo .....	15
b. Consequências do imediatismo, na opinião pública, na tomada de decisão e na condução das operações militares pós Guerra do Golfo .....	18
(1) Primeira Guerra do Golfo (Operação Tempestade do Deserto) .....	18
(2) Intervenção americana na Somália (Batalha de Mogadíscio) .....	20
(3) Conflitos balcânicos (Bósnia e Kosovo) .....	20
(4) Segunda Guerra do Golfo .....	21
(5) Contenção do Estado Islâmico .....	23
c. Os novos media e o seu impacto nas operações militares .....	25
d. Síntese conclusiva .....	26
3. As relações entre os militares e os <i>media</i> .....	29
a. O jornalismo “ <i>embedded</i> ” .....	29
b. As relações, as diferenças culturais e a sua influência no processo de criação da notícia .....	31
c. Possíveis respostas capazes de satisfazerem os militares e os media .....	33
d. Síntese conclusiva .....	35
4. Conclusões .....	38
Bibliografia .....	43

## Índice de Anexos

Anexo A - Código de segurança de jornalistas em zonas de conflito e tensão .....	Anx A 1
Anexo B - Public Affairs Guidance .....	Anx B 1



## **Índice de Apêndices**

Apêndice A – Corpo de conceitos .....	Apd A 1
Apêndice B – Entidades entrevistadas.....	Apd B 1
Apêndice C – Jornalistas em cenários de conflito .....	Apd C 1

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1 – Questões derivadas e hipóteses.....	5
--	---



## Resumo

Neste trabalho começámos por mostrar que o tema da guerra ganhou “estilo de notícia” a partir do século XIX. Desde então, auxiliado pela extraordinária evolução tecnológica dos meios de comunicação, o espaço mediático conquistou especial relevância na cobertura dos conflitos armados.

Procedemos subsequentemente à análise de estudos de caso constatando que a difusão de notícias, tanto pelos *media* tradicionais, como nas redes sociais podem condicionar os ciclos de decisão, limitar opções e ameaçar a segurança das operações ao ponto das grandes potências, ainda que ancoradas num poderio militar substancial e na mais moderna tecnologia por vezes vacilam quando sujeitas ao escrutínio dos *media*.

Por fim procurámos analisar em que medida os militares face às críticas e às restrições ao trabalho jornalístico impostas nos últimos grandes conflitos armados, poderão tirar partido do jornalismo “*embedded*” bem como apontar medidas capazes de satisfazer mutuamente os respetivos interesses, em proveito da condução das operações.

## Palavras-chave

Comunicação, Imediatismo, *Media*, Operações militares, Opinião Pública, Tecnologia.



### ***Abstract***

This study starts by demonstrating that the war theme became a “news style” since the XIX century. Since then, supported by the extraordinary technological evolution witnessed on the communications media, the media environment gained special relevance when covering armed conflicts.

We subsequently analysed some case studies concluding that broadcasting news, either by traditional media or via social networks, may condition decision cycles and pose a threat to operations’ security at a level when even global powers, despite backed up by substantial military power and modern technology, can sometimes hesitate when exposed to media.

Finally, we tried to analyse at what extent the military, in view of criticism and restrictions to journalism imposed over the last major armed conflicts, could benefit from embedded journalist as well as identifying measures available to meet interests for both parties for the benefit of conduct of operations.

### ***Keywords***

Communication, Immediacy, Media, Military operations, Public opinion, Technology.





### **Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos**

IGG	Primeira Guerra do Golfo
IIGG	Segunda Guerra do Golfo
IGM	Primeira Guerra Mundial
IIGM	Segunda Guerra Mundial
CEME	Chefe do Estado-Maior do Exército
CEMGFA	Chefe do Estado-Maior General das Forças Armadas
CNN	<i>Cable News Network</i>
CPOG	Curso de Promoção a Oficial General
EI	Estado Islâmico
EUA	Estados Unidos da América
HIP	Hipótese
IESM	Instituto de Estudos Superiores Militares
INFO OPS	Operações de informação
ISAF	<i>International Security Assistance Force</i>
FND	Força Nacional Destacada
NATO	<i>North Atlantic Treaty Organization</i>
OCS	Órgão de Comunicação Social
ONU	Organização das Nações Unidas
OTAN	Organização do Tratado do Atlântico Norte
PSY OPS	Operações Psicológicas
QC	Questão Central
QD	Questão Derivada
RS	Redes Sociais
PA	Public Affairs
PAG	<i>Public Affairs Guidance</i>
RTP	Rádio e Televisão de Portugal
TII	Trabalho de Investigação Individual
TO	Teatro de Operações
UÇK	<i>Ushtria Çlirimtare Kosoves</i>



## **Introdução**

### **Enunciado do tema e contexto da investigação**

Nos países ocidentais, em que o interesse público é um conceito adquirido, o jornalismo regula-se pela ausência de censura e existe o reconhecimento do direito à informação, independentemente dos danos colaterais causados pela sua divulgação.

Associado à guerra, um fenómeno mediaticamente muito apetecível, surgem de igual modo os jornalistas nas operações militares, constituindo-se até um facto comum ao longo do século XX e que se acentuou no início deste novo milénio.

Salienta-se que atualmente a informação veiculada através dos *media*, mais que descrever um acontecimento deve permitir exibi-lo, uma vez que para o público, o importante já não é compreender um determinado evento, mas simplesmente vê-lo acontecer (Fino 2003a).

É pois numa conjuntura em que predomina a atração por uma lógica mediática, imposta pela televisão e pela internet, 24 horas por dia, obrigando à produção contínua de conteúdos e que concorre com o entretenimento e o sensacionalismo, que os militares terão de conviver, reconhecendo o poder dos *media* e do efeito do “direto” na construção de uma realidade e da sua eventual influência desde o escalão político ao tático.

É assim neste contexto pós-industrial, social e de globalização, em que o protagonismo mediático se torna cada vez mais relevante, que abordaremos o tema “**A guerra em “direto” e o direito à informação. Novos paradigmas na condução das operações**”, conhecedores de que, apesar da especificidade e dos condicionalismos de segurança inerentes à condução das operações militares, teremos de lidar com a liberdade de informação e o direito de acesso à mesma, por parte dos *media*. Para tal, a exemplo dos políticos, devemos estar preparados para explicar, e para nos explicarmos, perante a opinião pública e a comunicação social, cientes da sua capacidade para alcançar tanto o repúdio como a legitimação de um conflito.

### **Justificação do Estudo**

Em 1991, a transmissão da Cable News Network (CNN) foi um verdadeiro ato global, quando, em “direto”, a partir do hotel Al-Rashid, transmitiu o ataque aéreo, da força multinacional contra Bagdad. Graças ao desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, Bernard Shaw, John Holliman e Peter Arnett foram ouvidos, em simultâneo, em todo o mundo.



Posteriormente, com relato de Christianne Amanpour, ocorre a primeira ação militar acompanhada de imagens em “direto” pela televisão, quando as câmaras da CNN, equipadas com sistemas de visão noturna, permitiram ver os mísseis e o fogo do armamento antiaéreo.

Finalmente, em 2003, fruto da contínua evolução tecnológica, a Rádio e Televisão de Portugal (RTP), através de Carlos Fino, conseguiu mesmo ser a primeira estação televisiva do mundo a noticiar e a mostrar em “direto” e ao vivo as imagens de um verdadeiro campo de batalha: “Eu presumo que estamos agora em “direto”. (...) São claramente audíveis aqui mais explosões.(...) O bombardeamento é maciço e brutal (...). Vêm-se mísseis no ar. (...). Há carros que circulam na cidade (...). Mas é um ataque fortíssimo à capital do Iraque” (Fino, 2003b)

Este exemplo pode até parecer insensível, mas uma guerra assemelha-se, em muitos aspetos, a um relato de um grande acontecimento desportivo, com o público, aos milhões, concentrado à volta da rádio, da televisão e da internet a querer saber em primeira mão e se possível em “direto”, tudo o que está a acontecer.

Como é fácil de compreender, as decisões relativas a operações militares e à sua condução, sendo das mais relevantes que algum órgão político pode tomar, pela gravidade e pelos riscos associados, desperta sempre a grande curiosidade do público em geral e dos *media*, em particular.

Sobre a cobertura jornalística e sobre o papel dos *media* durante a Segunda Guerra do Golfo (IIGG), foi mesmo salientada a importância da informação e da comunicação, como fatores estratégicos fundamentais, capazes de assegurar o apoio ou a desaprovação das decisões e das ações operacionais; manter ou desgastar a moral e a motivação entre as forças envolvidas e a sociedade; promover a mobilização de mais ou menos recursos; sustentar ou não o empenho num conflito e desenvolver ações de propaganda, desinformação e contrainformação (Tomé, 2006).

Releva-se ainda que atualmente já existe a consciência do enorme poder dos *media*, e o facto de que o atual ambiente operacional, para além dos domínios terra, mar, ar e espaço, passou igualmente a ser constituído pelo ciberespaço e pelo espaço mediático, de natureza e alcance globais, nos quais a informação surge como um novo elemento essencial do combate (Santos, 2014).

Assim, associado à quantidade de artigos, livros e ensaios publicados nas últimas décadas sobre este assunto, ao crescimento significativo de profissionais associados ao



fenómeno da guerra conforme destacado no Apêndice C e à evolução tecnológica no domínio das comunicações, que se vem traduzindo numa muito maior velocidade e globalização das transmissões e que exponencia a divulgação de imagens e de mensagens, somos levados a admitir todo o interesse, a atualidade e a importância do tema proposto, de forma a compreender o impacto da cobertura mediática (em particular os efeitos do “direto”) sobre a opinião pública e, consequentemente, sobre o planeamento, a tomada de decisão e a condução das operações militares.

### **Objeto de estudo e sua delimitação**

Tendo em consideração a relevância da comunicação social no acompanhamento dos mais recentes conflitos, o presente estudo tem por objeto avaliar a relação entre militares, *media* e opinião pública como fatores condicionantes das decisões políticas e militares.

Este estudo incidirá igualmente sobre as relações militar/jornalista e sobre as implicações inerentes aos condicionalismos de segurança associados às operações militares/direito à informação.

Pretende-se também analisar as consequências do imediatismo da cobertura mediática nas audiências televisivas, decorrente do *efeito CNN*, potencializado pela guerra espetáculo.

De salientar que o tema que nos foi atribuído será conduzido no âmbito do ambiente cultural em que prevalece o interesse público, no qual os *media* desempenham o seu papel, sem quaisquer constrangimentos de conteúdo ou de ordem política.

A informação pública será abordada em sentido lato, englobando não só a atividade através da qual os poderes públicos (militares e civis) fazem chegar a notícia aos Órgãos de Comunicação Social (OCS) como a informação e a opinião publicadas por estes. Para além disso, considerou-se o papel da opinião pública entendendo-a como a opinião geral da sociedade, publicada e publicitada nos OCS e em sondagens de opinião.

Decorrente da análise do poder dos *media* na construção de uma realidade e da sua eventual influência no âmbito político, estratégico e no nível operacional da guerra, pretende-se que este trabalho trate igualmente o impacto da informação, o imediatismo da mesma e o peso das opiniões públicas na condução das operações militares.

Embora a guerra não seja um exclusivo dos Estados Unidos e da Grã-Bretanha, por questões de delimitação desta análise e focalização no tema estabelecido, limitou-se o estudo apenas à “**informação da guerra**”, envolvendo estas duas potências, não sendo por isso dado relevo ao caso português nem abordadas outras atividades relacionadas com a



guerra da informação e a opinião pública, tais como as operações de informação (INFO OPS), as operações psicológicas (PSY OPS) ou a guerra de comando e controlo.

### **Objetivos da Investigação**

Cientes de que presença dos *media* em qualquer dos futuros campos de batalha será um dado adquirido e permanente, este trabalho tem como objetivo geral analisar a sua influência e o seu impacto sobre os decisores políticos e militares, e sobre o planeamento e condução das operações.

Para a consecução do objetivo geral estabelecido concorrem vários objetivos específicos ligados aos aspetos que caracterizam a problemática em estudo. Com efeito, importa determinar especificamente quais os efeitos da evolução tecnológica das telecomunicações na criação e evolução do jornalismo de guerra, qual o efeito do “direto” na qualidade da informação e sobre a opinião pública bem como interessa igualmente compreender as relações entre militares, jornalistas e sobre as implicações inerentes aos condicionalismos de segurança das operações militares conjungando-os com o direito à informação.

Observando ainda a influência que é atribuída à comunicação social nos conflitos atuais, com um estatuto que ultrapassa largamente o de simples veículo de transmissão de informação, importa que o comandante militar compreenda e se adapte a esta realidade, pelo que é também objetivo específico desta análise contribuir com respostas que permitam a interação entre militares e media, suscetíveis de satisfazer de forma eficiente as necessidades e os interesses mútuos.

### **Questão Central e Questões Derivadas**

Exposto o objeto de investigação, a delimitação do tema e os objetivos de estudo, foi estabelecida a seguinte **Questão Central (QC)**:

**“De que forma, os *media* em geral e o efeito do “direto” em particular, influenciam a opinião pública com impacto na tomada de decisão e consequentemente no planeamento e condução das operações militares?”**

A partir desta QC, foram deduzidas cinco questões derivadas (QD) e as respetivas hipóteses (HIP):



Tabela n.º 1 – Questões derivadas e hipóteses

QD1	Em que medida a evolução tecnológica das telecomunicações teve um papel decisivo na criação e evolução do jornalismo de guerra?	
	HIP1	A evolução tecnológica das telecomunicações dotou os <i>media</i> de capacidades para rapidamente e de forma global disseminarem a sua versão dos factos, levando à criação e evolução de sucessivos tipos de especialização jornalística.
QD2	De que modo os efeitos do imediatismo, da cobertura mediática é capaz de gerar/abortar guerras ou, pelo menos, condicionar as tomadas de decisão Política, Estratégicas e Operacionais?	
	HIP2	Na ausência de controlo, os <i>media</i> , em particular a televisão e o efeito do “direto”, têm a capacidade de influenciar um dos recursos mais poderosos da sociedade, a opinião pública e assim condicionarem os decisores políticos, estratégicos e operacionais.
QD3	Qual o efeito da informação veiculada através das Redes Sociais na condução das operações militares?	
	HIP3	A internet e as Redes Sociais (RS), normalmente utilizadas como redes de “propaganda”, são inundadas por comentários e informação, que ocasionalmente, podem comprometer as operações militares em curso.
QD4	De que forma podem os militares tirar partido do jornalismo “ <i>embedded</i> ” em proveito da condução das operações?	
	HIP4	Os militares, promovendo a interação com os <i>media</i> e os jornalistas, poderão e deverão tirar partido do jornalismo “ <i>embedded</i> ” em proveito da condução das operações.
QD5	Em que medida é possível satisfazer os militares e os <i>media</i> face aos novos paradigmas na condução das operações militares?	
	HIP5	Existem respostas políticas, estratégicas e operacionais capazes de satisfazerem os <i>media</i> e os militares face aos novos paradigmas na condução das operações militares.

### Procedimento metodológico

A realização deste trabalho obedeceu aos preceitos da metodologia de investigação científica estabelecidos na publicação “Orientações Metodológicas para a Elaboração de Trabalhos de Investigação, de novembro de 2014, do IESM, baseando-se no método hipotético-dedutivo.<sup>1</sup>

Em conformidade com o método previamente estabelecido, a partir de entrevistas exploratórias e de leituras iniciais estabeleceu-se uma QC que orientou todo o estudo a desenvolver. Foram igualmente consultados artigos, documentos e alguns trabalhos sobre a temática em estudo que nos permitiram consolidar a conceptualização inicial, encontrar a resposta às nossas questões derivadas e validar as hipóteses levantadas.

<sup>1</sup> “Este método compreende as seguintes fases: colocação do problema; construção de um modelo teórico; dedução de consequências particulares; teste de hipóteses e introdução de asserções na teoria” (Orientações Metodológicas para a Elaboração de Trabalhos de Investigação, 2014, do IESM, p.15)



Após a definição da estrutura inicial que orientou todo o nosso estudo, continuou-se a pesquisa bibliográfica, através da atualização dos elementos disponibilizados pelos *media* e sítios da internet, complementada com entrevistas e trocas de ideias com entidades militares e civis especialistas na temática, de modo a que a análise interpretativa dos dados recolhidos permitisse validar a nossa investigação e dar resposta à QC deste trabalho.

### **Organização do Estudo**

A investigação está organizada em três capítulos. No primeiro, intitulado "Os *media* e o impacto da evolução tecnológica no jornalismo de guerra", pretende-se evidenciar o efeito da evolução tecnológica dos meios de comunicação até aos dias de hoje e o respetivo impacto na cobertura mediática dos conflitos.

No segundo capítulo procuraremos investigar e analisar a eventual influência dos *media* nos conflitos armados como condicionadores das decisões e condução das operações militares e investigaremos ainda as consequências da cobertura mediática decorrentes do efeito CNN, quando potencializado pelo efeito da guerra espetáculo bem como o efeito da informação veiculada através das RS.

No terceiro capítulo, sob o título “As relações entre os militares e os *media*” debruçar-nos-emos sobre as raízes do jornalismo “*embedded*”, sobre as relações, as diferenças culturais entre jornalistas e militares e apresentaremos ainda algumas medidas que no nosso entendimento, são suscetíveis de contribuir para uma abordagem capaz de satisfazer os interesses de ambos.

O corpo de conceitos de apoio a este trabalho consta do Apêndice A.



## **1. Os *media* e o impacto da evolução tecnológica no jornalismo de guerra**

Como já foi referido, independentemente dos danos colaterais, não é possível haver democracia nem o jornalismo cumpre a sua função se a opinião pública não tiver o direito à informação ou não for dada ao jornalista a possibilidade de criticar tanto as ações, como as figuras públicas responsáveis pelas mesmas (Patterson, 2002).

Por outro lado, verifica-se que nas sociedades atuais o poder dos *media* na construção da realidade e a sua influência na opinião pública surge como um mecanismo passível de ser manipulado pelos principais meios de comunicação de acordo com interesses económicos, políticos ou simplesmente mediáticos.

Vejamos então qual o papel e os efeitos da evolução tecnológica dos meios de comunicação social num mundo transformado numa grande "aldeia global" em que a necessidade de disponibilização de notícias, 24 horas por dia, obriga à produção contínua de notícias, bem como o seu impacto na criação e evolução do jornalismo de guerra tal como hoje o conhecemos:

### **a. Da imprensa à era da televisão**

A consciência da importância da informação em tempo real surgiu apenas no século XVIII, quando os primeiros jornais diários passaram a ser acessíveis às massas. Quanto aos relatos de guerra propriamente ditos, considera-se que só em 1854, na guerra da Crimeia, é que a cobertura mediática dos mesmos deixou de ser totalmente amadora.

Até aí os melhores jornais pagavam aos soldados colocados na frente de batalha para descreverem os acontecimentos e os restantes copiavam as notícias dos primeiros. Como é compreensível, nesta altura, a escrita nem sempre a mais adequada, nem as informações as mais relevantes chegavam ao público com um atraso assinalável. Estas limitações levaram a que o “*The Times*”, à época o mais poderoso jornal inglês, no início daquele conflito, enviasse para a frente de batalha, William Howard Russell, aquele que é considerado o primeiro repórter de guerra da história (Sousa, 2008).

Em pleno século XIX, conseguir relatar as ocorrências de guerra, numa questão de dias ou semanas era algo sem precedentes e foi assim que perante as novas realidades decorrentes da crescente industrialização, da melhoria significativa dos transportes e das técnicas de comunicação (correios, telégrafo, telefone, fotografia e jornais) a guerra passou a fazer parte do quotidiano dos indivíduos (Subtil, 2006).

Nesta altura, com a explosão da imprensa e sendo o tema da guerra o assunto mais apetecido da imprensa, os relatos bastante pormenorizados ganhavam rapidamente o estilo





de notícia e isentos de qualquer tipo de censura, ainda que publicados com alguns dias de atraso, começaram desde logo a provocar um impacto muito significativo na opinião pública e a preocupar os decisores políticos.

Foi na decorrência deste enquadramento que a imprensa, na qual a fotografia surgiu como aliada e grande trunfo, por credibilizar os textos e “agitar” a opinião pública, sofreu um grande contratempo com a imposição da censura governamental, aquando do início da Primeira Guerra Mundial (IGM). Os Estados constatando o poder dos *media* proibiram qualquer tipo de publicação sobre capacidades das tropas, movimentos ou outro género de informações militares, o que levaria a uma nova era do jornalismo de guerra (a da censura preventiva).

Entretanto, a partir do início da Segunda Guerra Mundial (IIGM), surge a rádio e ainda que a imprensa tivesse mantido a excelência da informação, a novidade do som tinha a seu favor o efeito de proximidade contra o qual nem a fotografia conseguia rivalizar.

A novidade da voz e do som, e os relatos dos acontecimentos contados na primeira pessoa abriram assim um novo capítulo na história do jornalismo e fizeram nascer um novo tipo de especialização de guerra. Mais do que ler o jornal, programas de informação via rádio, como “*Reportagem de Guerra*”, popularizaram os britânicos Frank Gillard e Richard Dimpleby (McLaughlin, 2002).

O cinema, ainda em desenvolvimento, não era relevante e pecava pela falta de conteúdo, sendo o curto vídeo do desembarque na Normandia e as imagens da libertação de judeus dos campos de concentração nazis alguns dos principais registos da época.

Neste período era já uma grande apreensão para os Estados que os incidentes da guerra não chegassem ao público, por um lado para não correr o risco de perder o seu apoio e por outro, para que as informações consideradas vitais no âmbito da segurança e da condução das operações não chegassem ao inimigo, pelo que, sob censura apertada e altamente controlados pelos militares, tanto a imprensa, como a rádio e o cinema encontravam-se pressionados para não divulgarem determinadas notícias.

Assim, ainda que as pressões tenham sido menores e o número de correspondentes de guerra tenha crescido, durante a IIGM a censura governamental repetiu-se, com os *media* longe da guerra, a servirem sobretudo de propaganda, ocultando ou distorcendo factos e publicando histórias que nunca tiveram lugar.

Entretanto, nos anos cinquenta, decorrente de mais um passo tecnológico, o público, através da televisão, passou a ter acesso às imagens dos conflitos: a partir da segunda



metade do século XX, embora em diferido, era já possível ver a realidade e a brutalidade da guerra, ficando o Vietname (1955-1975) para a história como o primeiro conflito verdadeiramente televisionado (Pereira, 2005).

Este meio veio alterar a perceção da opinião pública, já que esta deixou de estar dependente do repórter para compreender o que estava a acontecer, criando-se até o mito de que foram os *media* que denegriram a imagem dos Estados Unidos da América (EUA), a ponto de serem considerados como os principais responsáveis pela decisão de retirada dos militares americanos.

Nesta altura os políticos convenceram-se de que foram as imagens, os relatos não censurados, a total liberdade de acesso e a difusão indiscriminada de informação por parte dos jornalistas, as causas da obtenção de dados operacionais por parte do inimigo, do arrasar da moral das tropas e da perda da batalha contra a opinião pública (Tumber, 2008).

Assim, para além da intrusão dos *media* e da possibilidade de interpretação dos acontecimentos (por parte do público) ter sofrido uma grande transformação, as características fundamentais que tornaram a televisão tão importante para o jornalismo e para a forma como os militares teriam de lidar daqui para a frente com este paradigma, foram igualmente o incremento exponencial da informação e a sensação de autenticidade que determinaram a abordagem do fenómeno da guerra.

#### **b. O “direto” e a notícia em atualização**

O final do século XX trouxe aquilo que faltava: a instantaneidade. Nos anos 80 a televisão deixou definitivamente a rádio para segundo plano e obrigou a imprensa a apostar sobretudo na qualidade da informação. Nesta altura, a CNN era algo único no mundo e foi a televisão por cabo que acabou por tornar viável a transmissão e atualização da informação 24 horas por dia, tendo a Primeira Guerra do Golfo (IGG), entre 1990 e 1991 sido o verdadeiro teste para um novo tipo de cobertura mediática.

Pela primeira vez as reportagens chegavam praticamente em “direto” com o recurso a câmaras de televisão que na linha da frente e por vezes acomodadas no interior dos equipamentos militares, proporcionavam ao público a visão dos soldados, circunstância esta que permitiu aos *media* a possibilidade de expor na hora (e sem filtros) o destino dos seus homens e mulheres e tornar obsoletos os velhos recursos do controlo da informação.

Este facto, inicialmente considerado um sucesso por ter permitido documentar e mostrar ao público mundial cenários de guerra em “direto”, frustrou no entanto as expetativas iniciais, face ao apertado controlo da liberdade de ação dos jornalistas no



terreno e à estratégia da máquina de comunicação dos serviços de relações públicas dos gabinetes políticos e militares que controlaram toda a cobertura mediática deste conflito.

Cientes dos perigos motivados pela exposição pública das operações militares no momento, a aparente cobertura exaustiva dos acontecimentos foi na verdade um conflito envolto em segredo, onde muito poucos jornalistas foram autorizados a viajar com as tropas, só uma parte residual do combate foi realmente observada, e o acesso a informação crítica e aos planos de operações foi negado aos repórteres. (Keeble, 2007)

Em 2003, a televisão fruto do já referido desenvolvimento tecnológico, em evolução exponencial desde a recente viragem do milénio, acabou mesmo por conseguir noticiar e mostrar em “direto” um autêntico campo de batalha, em função das novas capacidades de captação e transmissão de imagens via satélite, o que permitiu aos repórteres presentes na IIGG, através de simples videofones divulgar de modo global e ao vivo o espetáculo das imensas explosões que iluminavam o céu de Bagdad.

Finalmente, com o advento da internet e o consequente aperfeiçoamento deste novo meio de comunicação (Web 2.0<sup>2</sup>) assente no imediatismo melhorado, na liberdade de conceção e sobretudo na convergência de conteúdos e cenários, é possível e totalmente inédito a combinação do texto, da fotografia, do som, do vídeo e simultaneamente pesquisar outras notícias: tudo no mesmo ecrã. Abriu-se assim a porta da última etapa na história do jornalismo de guerra.

Outra das potencialidades que este meio pode oferecer é a interatividade e a hipótese de criação de conteúdos por qualquer utilizador, deixando os *media* tradicionais de ser os únicos a poderem lançar opiniões no espaço público. Hoje é possível a qualquer cidadão publicar o seu próprio “jornal” e obter um *feedback* imediato por parte do público acerca de um determinado artigo ou as críticas à cobertura dada a um determinado evento (Carvalho, 2013).

Como serviços mais recentes, associados à internet, relevam-se as RS como o *Twitter*, ou o *Facebook*, *sites* de publicação de áudio e vídeo ou o *Youtube* que possibilitam a difusão de notícias a nível mundial a partir de um computador, de um telemóvel ou de um *tablet*, tendo sido através destas facilidades que, por exemplo em 2010 e 2011, se conheceram as violações de direitos pessoais que deram origem às revoltas populares em

---

<sup>2</sup> O termo Web 2.0 está associado a aplicações onde o objetivo principal é facilitar a partilha de informações de maneira interativa, interoperável e desenvolvida na World Wide Web (www). Alguns exemplos de sites Web 2.0 são as redes sociais, comunidades, wikis e blogs, sites que partilham vídeos e outras aplicações. (Gonçalves, 2010)



países como o Egito, Tunísia, Iémen, Líbia e Síria ou mais recentemente, quando em 2014 e 2015 assistimos às execuções dos jornalistas americanos e japoneses ou do piloto jordano às mãos do Estado Islâmico (EI).

O apelo ao instantâneo conduziu os meios de comunicação ao contacto entre indivíduos e instituições em qualquer parte do mundo, onde tudo se acelerou e agora o “direto” é a regra, sendo que o objetivo prioritário para o público é ver acontecer (Kissinger, 2014).

É pois neste contexto de imediatismo, resultante da permanente evolução tecnológica em que a discussão pública já não é motivada pelos acontecimentos mas sim pela cobertura dos mesmos que devemos entender a atitude dos militares face aos *media*, utilizando-os como fonte de comunicação, essencial à consciencialização e influência da opinião pública com vista à garantia do seu decisivo apoio.

### **c. A atividade militar, o jornalismo e o direito à informação**

Tal como na política e na sociedade em geral, a globalização e a evolução do jornalismo de guerra conduz a que as máquinas militares procurem controlar os movimentos dos repórteres, criem os seus próprios acontecimentos e tentem gerir o fluxo informativo de acordo com os seus próprios interesses. (Santos, 2003)

Assim, cientes das motivações dos *media* e que o direito à informação por parte do público é uma prerrogativa das sociedades modernas, os militares começaram naturalmente também a cuidar da gestão da opinião pública, sempre que associada aos temas da guerra, o que implica uma coordenação e uma preocupação sem precedentes neste âmbito. (Hallin, 1997)

Saliente-se que, embora o peso do “direto” seja matéria controversa, com a sua capacidade para transmitir imagens em tempo real os *media*, se nada for feito para os controlar, acabam por se impor, pressionando os decisores a reagir aos seus estímulos existindo até a perceção de que a sua faculdade para mostrar os factos a acontecer, dificulta a adoção de uma política coerente, ao exigir uma constante reação aos acontecimentos.

Para além disso, verifica-se que o objetivo prioritário dos jornalistas de acederem à informação e à sua divulgação choca com o culto da segurança, do sigilo e das informações classificadas inerentes à condução das operações, pelo que conscientes deste facto os militares procuram cada vez mais antecipar-se e informar a opinião pública do modo mais conveniente.



De referir ainda que embora influenciados por uma comunicação social hostil existe, se habilmente conduzida, margem de manobra por parte dos políticos e dos militares para na condução dos conflitos usarem essas imagens ou os próprios *media* de acordo com os seus propósitos sendo, pois, este um processo dinâmico e de mútuo condicionamento entre uns e outros.

A grande novidade e diferença hoje, nas guerras pós modernas são que a instantaneidade do “direto” força os centros de decisão a regirem no momento em que o acontecimento se produz, sem a habitual pausa no tempo de que os políticos e militares anteriormente gozavam (Santos, 2003).

O peso do fator mediático no processo de decisão deve-se também à sensibilidade, ao dramatismo e ao impacto emocional de como as imagens são percecionadas pelo público. Esta combinação entre a visualidade e o imediatismo não só intensifica o valor afetivo da informação, como requer reações céleres, a quente e por vezes insuficientemente refletidas.

A atual globalização mediática apresenta também como característica diferenciadora o paradigma de que os limites impostos a um repórter, para trabalhar para lá das linhas inimigas, foram há muito ultrapassados. Embora não devesse constituir uma surpresa, por já ter acontecido no Vietnam, os responsáveis militares ficaram admirados quando verificaram que durante a IGG jornalistas do seu país estavam absolutamente fora do alcance da sua máquina de controlo.

A solução para esta realidade passa, necessariamente, por ter de aceitar uma imprensa livre, com direito a cobrir os dois lados do conflito, cabendo aos políticos e aos militares gerir a informação (mais crucial do que nunca) que, na ausência de mecanismos de restrição, ainda assim possa conduzir subtilmente os jornalistas no “caminho” que mais lhes interessa.

É no sentido de controlar esta informação globalizante e quase instantânea que os militares e os políticos vêm sendo obrigados a adotar cautelas especiais na forma como lidam com os *media*, de modo a não correrem riscos de alienarem o apoio da opinião pública sobretudo quando está em causa a possibilidade de acontecerem baixas civis entre a população (McLuhan, 1989).

Face ao exposto, constatamos que os militares terão forçosamente de se familiarizar com os jornalistas, os operadores de câmara e os fotógrafos, tomando-os em consideração como mais um elemento do campo de batalha, onde os mesmos se podem tornar determinantes no processo de tomada de decisão, na limitação dos prazos de reação, na



utilização dos canais de comunicação em detrimento da diplomacia, na possibilidade de serem usados como intermediários nas negociações e na manipulação da opinião pública, ou então, poderem até surgir como as causas dos próprios conflitos.

De destacar ainda que com os novos *media* digitais, em grande parte não oficializados (e como tal de difícil controlo) estão a surgir novas formas de comunicação com influência nos processos de produção, exposição e construção da realidade. A elevada interatividade e a facilidade com que qualquer indivíduo coloca conteúdos *on-line* está mesmo a provocar a necessidade de redesenhar o papel dos *media* tradicionais, uma vez que jornalistas e jornalismo vêm sendo suplantados como mediadores entre as fontes e o público.

#### **d. Síntese conclusiva**

No século XIX, a guerra, o tema mais cobiçado da imprensa, sustentado em relatos bastante pormenorizados, altamente críticos e isentos de qualquer tipo de reparo, ainda que publicados com alguns dias de atraso, começaram a provocar um impacto muito significativo na opinião pública e a inquietar os decisores políticos.

Já no século XX surge a rádio e ainda que a imprensa tivesse mantido a excelência da informação, a novidade do som tinha a seu favor o efeito de proximidade contra o qual nem a fotografia conseguiu rivalizar. Com a novidade da voz e do som abriu-se um novo capítulo na história do jornalismo que fez nascer um novo tipo de especialização de guerra.

A partir da segunda metade do século XX, decorrente de mais um salto tecnológico, o público, através da televisão, passou a ter acesso às imagens dos conflitos e, embora em diferido era já também possível ver a realidade e a brutalidade da guerra, ficando o Vietname (1955-1975) para a história como o primeiro conflito verdadeiramente televisionado.

O final do século XX trouxe aquilo que realmente faltava, a instantaneidade. Nos anos 80 a televisão deixava definitivamente a rádio para segundo plano e a imprensa foi obrigada a apostar sobretudo na qualidade da informação.

Na viragem do milénio a televisão acabou mesmo por conseguir noticiar e mostrar em “direto” um autêntico campo de batalha em função das novas capacidades de captação e transmissão de imagens via satélite, o que permitiu aos repórteres presentes na IIGG divulgar de modo global o espetáculo da guerra.

Com a internet e o consequente aperfeiçoamento deste novo meio de comunicação caracterizado pelo imediatismo melhorado e convergência de conteúdos, entrámos na



última etapa da história do jornalismo de guerra onde a liberdade de criação através das redes sociais e de *Websites* como o *Twitter*, o *Facebook* ou o *Youtube* tornaram possível a difusão instantânea de conteúdos a nível global, a partir de um tablet, de um computador ou de um simples telemóvel.

Assim, com a revolução das comunicações, os *media* ganharam igualmente influência na defesa da liberdade de expressão e de informação o que fez com que o espaço mediático conquistasse ainda maior importância nas áreas de tensão e dos conflitos armados.

De salientar que com a sua capacidade para transmitir imagens em tempo real, os *media* podem ter a suscetibilidade de anular o tempo de reflexão e de se imporem assim à política e à condução das operações militares, forçando os decisores a reagir a estímulos. A televisão, com a sua capacidade para mostrar os factos a acontecer, dificulta a adoção de uma política coerente, porque exige uma constante reação aos acontecimentos.

Os repórteres de guerra, apoiados na capacidade de recorrerem a uma informação globalizante e quase instantânea, obrigaram os militares e os políticos a adotarem cautelas especiais no planeamento e condução das operações devendo os jornalistas, os operadores de câmara e os fotógrafos serem encarados como mais um elemento a tomar em consideração no campo de batalha.

Face ao exposto e subjacente à QD1 “Em que medida a evolução tecnológica das telecomunicações teve um papel decisivo na criação e evolução do jornalismo de guerra?”, considera-se confirmada a HIP1, extraindo-se como conclusão parcial que a evolução tecnológica das telecomunicações dotou os *media* de capacidades para rapidamente, e de forma global disseminarem a sua versão dos factos, levando à criação e evolução de sucessivos tipos de especialização jornalística.





## 2. A importância dos *media* no acompanhamento das operações militares

Os *media* podem constituir-se como um vetor de elevado interesse estratégico para a condução e para o sucesso das operações militares face à sua inegável capacidade de manipular a informação e com ela os “estados de alma” da população, bem como das opções estratégicas tomadas pelos decisores militares. Acresce por outro lado que estas operações são igualmente constrangidas pelos efeitos e pela perceção que causam na mesma opinião pública, perceção esta que é orientada pelos *media* e traduzida nas imagens que divulgam que, para além de serem altamente mediáticas, hoje em dia são na maioria das vezes veiculadas em tempo real.

### a. Os *media* nos grandes conflitos armados até à Primeira Guerra do Golfo

Até à **Revolução Francesa** prevalecia a autoridade absoluta exercida pelo poder político, pelo que a opinião pública, pouco ou nada contando, também não necessitava de ser informada. Acontece no entanto que ao longo do século XIX se começa a verificar que as relações entre poder político e povo são acompanhadas da relevância da imprensa e da informação o que se traduziu no tratamento cada vez mais profundo do tema da guerra, sendo neste contexto que se chega à guerra da Crimeia que acabou por conduzir a grandes alterações no modo como a opinião pública passou a relacionar-se com o fenómeno.

Quando a **Guerra da Crimeia** teve início, o jornal *The Times* decidiu cobrir mediaticamente o conflito que, embora combatido em lugares remotos e por objetivos dificilmente percetíveis, despertou na opinião pública um interesse extremo nos relatos de guerra, disponibilizados ao fim de poucos dias. Já neste conflito se receou que o papel da imprensa pudesse condicionar a condução da guerra, quer por provocar a reação negativa da opinião pública, quer por permitir passar informações valiosas ao inimigo. (Pereira, 2004)

Jornalismo e guerra encontravam-se pela primeira vez interligados. Do resultado das reportagens em causa releva-se o apoio maciço do público a uma guerra que, no seu início, gozava de muito poucos apoiantes e que as mesmas se tornaram decisivas para os ensinamentos recolhidos: os erros, as hesitações e a incompetência dos comandantes britânicos, na condução deste conflito.

Cinco anos mais tarde, a **Guerra Civil Americana**, dominada pela propaganda e pelas tentativas de manipulação tanto do Norte como do Sul configurou-se como o cenário ideal para os *media*, que decidiram enviar os seus homens cobrir o conflito no terreno.





Neste período surgem pela primeira vez os comunicados de guerra como forma de informar, quer a população, quer os jornalistas. Este facto fez com que a imprensa nortista, evidenciando a causa da União (a luta contra a escravatura), conseguisse que a grande maioria dos países, muito possivelmente por pressão das respetivas opiniões públicas, determinassem um embargo aos Estados Confederados da América, o que acabou por se tornar decisivo para a sua asfixia económica e consequentemente para a condução e resultado final desta guerra.

Entretanto desencadeia-se a **IGM** sustentada por questões de ordem política, económica, ideológicas e culturais que, implicaram que tanto as opiniões públicas, como os seus governantes desejassem a guerra sendo neste enquadramento que os militares contaram com o seu respetivo apoio. (Gilbert, 2000)

Quando este grande conflito eclodiu as elites políticas já se tinham apercebido da necessidade de impor a censura aos conteúdos militares e da importância do apoio das populações, considerado como fundamental. Efetivamente esta guerra desenvolveu-se sempre num ambiente mediático favorável a ambos os contendores, tornando relevante o poder dos *media*, tanto para informar como para moralizar as tropas, bem como para condicionar as opiniões públicas.

De salientar que face a uma má experiência anterior, num conflito com a Prússia, a França inicialmente recusou-se a admitir repórteres na zona de combate por desconfiança da imprensa, que durante aquele conflito revelou os movimentos das suas tropas, o que fez com que cerca de 83000 soldados tivessem sido capturados. (Santos, 2002)

Como ensinamentos políticos e militares chegou-se à conclusão que, nunca mais poderia ser descurada a importância estratégica dos *media* para fins de influência, persuasão, manipulação, desinformação e combate ideológico, pelo que a partir de então, começou a predominar a ideia que os Estados deveriam possuir meios que estruturassem e orientassem a opinião pública. (Subtil, 2006)

A **IIGM** foi mais uma guerra total, marcada pela luta ideológica e na qual os *media* assumiram um papel fundamental. A imprensa completamente controlada servia os respetivos governos e publicava apenas as mensagens tidas como adequadas aos objetivos estabelecidos, sendo a informação pública um simples instrumento ao serviço do Estado. Os franceses por exemplo obrigavam os repórteres a passarem três vezes sucessivas pelo crivo da censura enquanto os britânicos suspenderam os improvisos e a livre circulação de repórteres (Santos, 2002).



Neste grande conflito os jornais e a rádio estiveram sempre ao lado dos chefes militares e dos objetivos de guerra tendo a informação pública funcionado como um instrumento de união em torno dos objetivos nacionais, com implicações positivas na conservação da moral e no apoio da opinião pública à atuação dos respectivos exércitos.

Entretanto, nos anos 60, apoiados na contundência das imagens televisivas, assistiu-se ao envolvimento americano no **Vietname**, onde ao contrário do que se passara até então, não foi imposta censura, assentando a cobertura noticiosa do conflito numa enorme liberdade de informação, de opinião e de circulação concedida aos jornalistas (Santos, 2003).

O poder das imagens provenientes da linha da frente permitiam observar as perdas de vidas humanas e a desmoralização das forças militares norte-americanas, o que acabou por desencadear movimentos de protesto antimilitaristas contra esta intervenção e provocar um forte impacto na estratégia dos EUA face às manifestações pacifistas e à opinião pública discordante (Pureza & Ferrándiz, 2003).

Após a ofensiva de *Tet* e em consequência das fragilidades observadas o público manteve a contestação aos fundamentos e às razões da presença e do esforço de guerra no Sudoeste Asiático, tendo tais manifestações forjado o lento início do fim do envolvimento americano no Vietname (Hall, 2003).

Embora existam estudos que desmentem esta perceção, a exposição mediática fez com que a pressão pública pesasse sem dúvida sobre os responsáveis militares e tornasse a situação ingerível, refletindo-se de modo decisivo na condução da guerra a todos os níveis (político, estratégico e operacional) e, consequentemente no resultado final da campanha militar.

O primeiro conflito envolvendo potências ocidentais, pós-Vietname, foi a **Guerra das Falklands/Malvinas**, entre a Grã-Bretanha e a Argentina em 1982.

Considerando as motivações de ambos os países, e o contexto económico e político que se vivia naquele momento, foi possível tanto em Inglaterra obter uma votação esmagadora na Câmara dos Comuns no sentido de recuperar as ilhas, como ver enormes manifestações de apoio ao presidente argentino Galtieri, em Buenos Aires, pela decisão tomada de ocupação das mesmas (Dobson, et al., 1983).

Neste conflito, e face ao que tinha acontecido no Vietname, em nome da segurança, a cobertura mediática do mesmo ficou marcada por uma censura implacável e pelas restrições de acesso ao teatro de operações, com os *media* totalmente dependentes dos



militares quanto a transportes, comunicações e ao controlo dos respetivos artigos antes da sua publicação (Santos, 2003).

Este cenário e *modus operandi* que muitos analistas consideraram como muito desapropriado veio no entanto a repetir-se logo a seguir, aquando da invasão de **Granada** pelas tropas americanas, em que os *media*, nos primeiros dias se viram pura e simplesmente excluídos do teatro de operações embora após vigorosos protestos por parte dos mesmos, tivesse sido autorizada a deslocação ao terreno de um pequeno grupo de repórteres, o que levou o Pentágono a repensar a complexa e sensível relação com os OCS (Pereira, 2005).

**b. Consequências do imediatismo, na opinião pública, na tomada de decisão e na condução das operações militares pós Guerra do Golfo**

Atualmente constata-se que o “edifício” das grandes potências, aparentemente inexpugnável, por estar assente em grandes máquinas de guerra e na mais moderna tecnologia, podem claudicar pela suscetibilidade da guerra poder ser decidida no espaço mediático, onde as recentes tecnologias de comunicação e a difusão noticiosa dotaram o público e os decisores do imediatismo da informação. Assim, se não forem tomadas as devidas cautelas, a opinião pública poderá condicionar o decisor político afetando a condução das operações, ao nível estratégico, operacional e tático, pelo que é pertinente que se procurem nos conflitos recentes exemplos do efeito do “direto” e consequente impacto mediático sobre a condução das operações militares:

**(1) Primeira Guerra do Golfo (Operação Tempestade do Deserto)**

Em 1991, sob a égide da Organização das Nações Unidas (ONU) a operação Tempestade do Deserto, caracterizada por bombardeamentos cirúrgicos e por um ataque terrestre veloz e envolvente, foi um verdadeiro sucesso, porque facilmente derrotou o exército iraquiano, mas sobretudo porque permitiu coligar países ocidentais e árabes, revestidos de um consenso total a nível político e mediático (Walzer, 2004).

Apesar deste consenso, e da campanha aérea ter poupado potenciais alvos, face ao receio do impacto na opinião pública, o jornal *The Washington Post* listou mais de 100 infraestruturas atingidas por engano. Este facto associado às baixas civis, entretanto registadas, provocou uma alteração na condução das operações, levando a que os ataques aéreos passassem a ser previamente sancionados por Washington e a que se antecipasse o início da ofensiva terrestre.



Existem outros exemplos que ilustram alterações na condução e no planeamento das operações como consequência dos pilotos americanos feitos prisioneiros ou das imagens da chamada “autoestrada da morte” que davam a entender que esta guerra se tratava de uma chacina, o que terá contribuído para que o presidente dos EUA decidisse terminar este conflito, mesmo antes de se atingirem os objetivos inicialmente definidos.

De realçar, que no campo mediático, conscientes do peso dos *media* junto da opinião pública este conflito obrigou os militares a estabelecerem regras bem definidas de circulação e credenciação e ter de lidar com a grande novidade dos modernos meios de captação e divulgação de imagens que o distinguiram como um verdadeiro “*reality-show*”, o primeiro, com ações bélicas a serem transmitidas em “direto”, sobretudo pela CNN” (Pereira, 2005).

Efetivamente, ações que resultaram em soldados iraquianos queimados vivos ou militares americanos mortos por fogo amigo só se soube muitos meses mais tarde. Verificou-se assim que, apesar dos *media* se terem assumido como veículo informativo dos dois lados do conflito, percebeu-se entretanto que se tinha sabido menos desta guerra do que sobre muitas outras, tendo-se constituído como um simulacro de imagens, um espetáculo dos *media* para o público e um jogo colocado em cena pela CNN (Baudrillard, 1991).

Todo este controlo, a censura e o acesso condicionado ao terreno justificaram-se com as necessidades de segurança inerentes a uma guerra, tendo o presidente americano George Bush e o Pentágono seguido uma política deliberada de impedir que notícias negativas chegassem ao público, com receio de que isso reduzisse o seu apoio (Hachten, 1996).

Aqui, apesar de alguns incidentes noticiados em tempo real terem afetado a opinião pública e provocado algumas alterações ao nível operacional, não foram suficientes para colocar em causa o grande consenso da informação transmitida pelos *media*, (sobretudo proveniente dos briefings militares) amplamente apoiante do esforço de guerra.

Como lições aprendidas, ficou a consciencialização do descontentamento dos *media* face às restrições que lhes foram impostas, que os futuros campos de batalha passariam a ser vistos em “direto” e na presença cada vez mais intrusiva de um elevado número de jornalistas, forçando os militares a repensar uma vez mais os princípios e a política de cobertura informativa em função da sua importância no planeamento e condução das ações militares.



## **(2) Intervenção americana na Somália (Batalha de Mogadíscio)**

Na sequência de operações que incluíam o desarmamento de facções rebeldes, restaurar a ordem e ajudar a recuperar infraestruturas na Somália, os EUA lançaram a operação *Gothic Serpent*, travada em outubro de 1993, na cidade de Mogadíscio, na qual cerca de 18 soldados americanos morreram e 73 ficaram feridos.

Neste conflito é comumente aceite que foram as imagens que levaram os EUA a entrar e foram as imagens que os forçaram a sair, quando o impacto televisionado de uma multidão em fúria a arrastar um militar americano pelas ruas terá influenciado, determinantemente, a decisão do presidente Bill Clinton para retirar da Somália (Neuman, 1996).

Terá sido também um dos primeiros casos em que, por resultado direto do invocado efeito CNN, as imagens tiveram um impacto decisivo na conduta da política externa de uma grande potência, ao exporem a opinião pública ao imediatismo do desacerto das decisões estratégicas e operacionais relativas às ações militares em curso.

Foi a informação e a pressão do grande público que forçaram inicialmente os EUA a intervir e a apoiar a intervenção, mas apenas até ao momento em que o peso das imagens televisivas inverteram aquela tendência. A partir daqui passaram a ponderar-se as intervenções em ambientes altamente instáveis, o que terá contribuído, designadamente para a não interferência americana na contenção do genocídio ruandês.

## **(3) Conflitos balcânicos (Bósnia e Kosovo)**

A morte do carismático Marechal Josip Tito no início dos anos 80 e a instabilidade política na Jugoslávia, acompanhada de uma degradada situação económica, vinham-se intensificando até que o conflito se tornou inevitável, quando as repúblicas da Croácia e da Eslovénia, em junho de 1991, declararam a independência da Federação. É nesta altura que surge a prática da limpeza étnica, por parte da Sérvia com repercussões na Bósnia, que entretanto havia também declarado a separação.

A comunidade internacional não estava preparada para lidar com uma guerra civil em plena Europa e vai assistir-se neste país, onde até então tinham conseguido coexistir croatas, sérvios, montenegrinos e muçulmanos, a uma tragédia que culminaria com a morte de cerca de 200.000 pessoas (Calçada, 2007).

Face à necessidade de travar as atrocidades, o bombardeamento do mercado de *Sarajevo* (apesar de nunca formalmente provado) foi imediatamente atribuído pelos *media* aos sérvios, o que associado às imagens de massacres que sustentavam a campanha de



vitimização dos muçulmanos, contribuiu grandemente para influenciar a percepção da opinião pública sobre o conflito, e em medida o suficiente para levar a Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN) a intervir.

No que respeita ao relacionamento com os *media* verificou-se uma mudança significativa face aos conflitos precedentes, uma vez que as soluções adotadas anteriormente para os controlar se revelaram de difícil aplicação nas operações humanitárias de *peacekeeping* (Pereira, 2005).

Com a confirmação da fragmentação da Jugoslávia agudizou-se igualmente o nacionalismo no Kosovo onde, a partir de 1996, teve início a ação de guerrilha do Ushtria Çlirimtare Kosoves (UÇK), organização de etnia albanesa, que com motivações independentistas, se opunha ao controlo daquela região pelas forças sérvias, o que levou a nova intervenção dos EUA.

No Kosovo seriam mais uma vez as imagens de massacres da população às mãos dos sérvios que levariam a opinião pública mundial a apoiar outra intervenção da OTAN nos Balcãs.

Entretanto no decorrer da operação “Allied Force”, consubstanciada no bombardeamento pesado da Sérvia, e na operação “Joint Guardian”, destinada a assegurar as condições para a negociação pacífica do futuro político do Kosovo, assistiu-se a uma verdadeira campanha mediática pela conquista da opinião pública considerada crítica para ambos os lados (Pereira, 2005).

Aqui, tal como na Bósnia, observou-se que o consenso quanto à legitimidade da intervenção, conjugado com a ausência de baixas no seio da coligação, pesaram igualmente no apoio dos *media* e da opinião pública, e acabaram por ter um papel fulcral na consecução dos objetivos inicialmente traçados pela OTAN.

#### **(4) Segunda Guerra do Golfo**

Decorrente de conflitos anteriores, a ONU constituiu a *United Nations Special Commission*, com o objetivo de verificar e destruir o armamento nuclear, biológico e químico eventualmente na posse do Iraque.

Na sequência de alegada falta de colaboração e de manobras evasivas relativamente aos trabalhos desta comissão e da própria Agência Internacional da Energia Atómica, o congresso americano sancionou o uso da força contra o Iraque, e a ONU aprovou uma resolução que estabelecia que, em caso de incumprimento por parte das autoridades iraquianas, poderia ser desencadeada uma intervenção militar, o que veio a acontecer em



março de 2003, quando, mesmo sem o apoio do Conselho de Segurança da ONU, teve início a operação “Iraqi Freedom” liderada pelos EUA (Calçada, 2007).

Nesta altura havia a consciência por parte do Ocidente que para vencer aquela guerra seria absolutamente necessário dominar o ambiente mediático face às centenas de repórteres e fotógrafos, entretanto mobilizados para cobrir aquele conflito.

De referir que, no período antes da guerra, os *media* optaram sobretudo pela informação de cariz propagandístico, com os chamados “fazedores de opinião” a construir a adesão da opinião pública para aquela intervenção e, só no início do conflito, foram considerados os analistas e os especialistas em relações internacionais no jogo da informação, desinformação e contrainformação.

A estratégia do regime iraquiano dependia também do efeito que através dos *media* conseguisse provocar junto das opiniões públicas. Assim, foi permitida a presença de inúmeros jornalistas ocidentais e dos *media* árabes, em particular a televisão *Al-jazeera*, em Bagdad, no sentido de passar a mensagem de que esta intervenção se tratava de uma agressão brutal contra um país soberano, em que os civis eram as principais vítimas e que os iraquianos, apoiados por muitos mais mártires estavam preparados para resistir (Tomé, 2003).

Por parte da coligação, a estratégia na relação com os *media* passou por retomar o conceito de “*embedded*” com os jornalistas a acompanharem as unidades militares e com acesso “direto” à linha da frente, desde que formalmente se comprometessem ao cumprimento de regras relativas aos conteúdos que poderiam reportar, tal como descrito no Public Affairs Guidance on Embedding Media (Anexo B).

Este tipo de cobertura mediática com as televisões de todo o mundo a determinarem a perceção do conflito, embora com alguns exemplos de fugas de informação, como aqueles que, em maio de 2004, através das imagens transmitidas sobre a incursão dos *Marines* norte-americanos em Fallujah, acabaram por impor aos decisores militares a suspensão de uma ofensiva já planeada, veio a revelar-se um bom modelo para os militares.

Neste conflito a maioria dos americanos (cerca de 73%) aprovou o ataque inicial ao Iraque, mas com o passar do tempo apenas uma minoria continuou a sustentar esta decisão. Na Europa a desaprovação foi maioritária tendo a informação pública refletido o sentimento popular, apesar dos esforços do governo americano (e da empresa Rendon





Group então contratada pela administração Bush) na preparação do “campo de batalha jornalístico” (Calçada, 2007).

### **(5) Contenção do Estado Islâmico**

Barack Obama eleito com a promessa de retirar as tropas americanas do Iraque e do Afeganistão, perante a ameaça à estabilidade regional por parte dos ultrajihadistas do EI, grupo que se começou a formar logo após a invasão do Iraque em 2003, foi entretanto forçado a regressar, ainda que de forma mitigada, àquele Teatro de Operações (TO).

A intervenção teve início em junho de 2014, após o EI ter proclamado o Califado islâmico de ideologia salafista, lançando uma campanha de violência e terror contra todos os que não professassem o seu credo culminando na divulgação da decapitação de jornalistas ocidentais feitos reféns na Síria.

Estas execuções, as mais de 200 mil mensagens trocadas diariamente nas RS e as imagens que deram a volta ao mundo, tirando partido dos novos *media* do Século XXI, chocaram o Ocidente, mas originaram reações muito limitadas e ponderadas face aos eventuais reflexos negativos na opinião pública. Assim, contrariamente a uma guerra frontal terrestre, pela dificuldade de legitimação pública os EUA foram forçados a adotar uma estratégia de contenção, com base numa coligação composta por algumas monarquias sunitas do Golfo e de países ocidentais.

Acontece também que a ofensiva terrestre poderia implicar o confronto “direto” com a Síria, de consequências gravíssimas a nível político e militar, bem como no apoio da opinião pública. Assim, destinado a isolar e enfraquecer militarmente o EI no Iraque e na Síria, os EUA decidiram-se por uma estratégia de contenção, apoiando-se apenas em missões aéreas e na ajuda dos curdos sírios, dos peshmergas do curdistão iraquiano, do exército regular iraquiano e das milícias sunitas não jihadistas.

É com base nesta coligação internacional, que envolve apenas cerca de 1500 militares americanos, e nas sondagens que referem 70% de apoio às decisões da Casa Branca, que o líder democrata no Senado, Harry Reid legitima e distingue este regresso ao Iraque, da invasão de Bush em 2003 (Cardoso, et al., 2014).

Barack Obama encontra-se no entanto num dilema, uma vez que para aumentar a eficácia das missões aéreas (que não têm conseguido reduzir a capacidade militar do EI nem interromper o fluxo contínuo dos vídeos cuidadosamente encenados), arrisca-se a ter de envolver cada vez mais tropas, sobretudo em missões terrestres para identificação de





alvos, quando os riscos associados às mesmas são o seu maior “pesadelo”: ver os seus homens capturados e torturados no *YouTube* (Silva, 2014b).

Releve-se que os vídeos e o efeito do “direto” fortemente jogado nos *media* e nas RS pelo EI tem sido marcado por uma vigorosa campanha de propaganda cujo impacto é devastador e condicionador da estratégia conducente à forma como este conflito se vem desenvolvendo. Através do Twitter, do Facebook ou do YouTube o EI vem divulgando o que vai acontecendo em Aleppo, Raqqa, Tikrit ou Mossul, a atrocidade das decapitações, a captura e morte do piloto jordano pelo fogo ou a execução em massa de simples cristãos vestidos com macacões laranja (evocando os prisioneiros de Guantánamo), numa tentativa de minar as relações no seio da coligação internacional e angariar simpatias, com apelos à guerra santa do Islão contra o Ocidente.

Para além disso, percebendo a importância a nível global dos meios e das novas estratégias de comunicação suscetíveis de lhes promoverem a causa, inspiram à violência e vendem a ilusão de invencibilidade, continuando a usar estas facilidades, igualmente como forma de recrutamento de novos jihadistas europeus para as suas fileiras (Tavares, 2015).

De salientar que segundo a *Soufan Group*, uma organização de informação sediada em Nova York, desde 2011 já foram recrutados para o Médio Oriente mais de 12.000 combatentes de 81 nações. Neste âmbito, Raffaello Pantucci, investigador do *Royal United Services Institut* reconhece mesmo a sofisticação com que os *media* estão a ser manipulados, explicando que neste conflito o que é novidade é o efeito provocado pelo convívio quotidiano com o fenómeno da guerra a nível global, que se tornou um conceito público.

Face a este paradigma, o Comando Central Americano vem invertendo a sua estratégia e, contrariamente ao que era expectável do ponto de vista da segurança das operações, está a utilizar os *media* para revelar os seus próprios planos numa tentativa de entrar igualmente no jogo da intimidação e em simultâneo, fazer passar a mensagem de legitimidade e justiça na intervenção, respondendo à violência e às atrocidades cometidas, assumindo ser consensual que exterminar um grupo de terroristas que não respeitam qualquer Direito Internacional Humanitário<sup>3</sup>, é uma ação que entra na categoria clássica defendida por Santo Agostinho e Michel Walzer de guerra justa (Raposo, 2015).

---

<sup>3</sup> Direito Internacional Humanitário ou *jus in bello* é o direito que rege a forma como a guerra é conduzida, que tendo fins puramente humanitários, procura limitar o sofrimento causado pela mesma.



Neste “jogo”, do ponto de vista mediático, Barack Obama terá eventualmente cometido um erro quando nos discursos e nas ações políticas elegeu publicamente o EI como o seu novo inimigo. Estas intervenções públicas proporcionaram ao EI um mediatismo porventura até mais eficaz do que os vídeos anteriormente referidos, não sendo de excluir mesmo que o grande sonho do EI, a entrada dos EUA na guerra civil da Síria se concretize. Num cenário destes, soldados americanos encurralados em cidades, como sucedeu em Fallujah ou Mogadíscio, a fazer manchetes nas televisões e imprensa de todo o mundo condicionaria de modo definitivo a opinião pública, a condução e o sucesso deste conflito.

Para efeitos do presente trabalho, poderemos afirmar que a informação e as opiniões públicas têm sido favoráveis e têm sustentado esta intervenção que se prevê longa. Todavia, a complexidade deste conflito face aos interesses, ideais e atores em jogo bem como as baixas que possam ocorrer num futuro próximo, poderão eventualmente contribuir para o insucesso desta intervenção.

### **c. Os novos media e o seu impacto nas operações militares**

Em 1815, dois mil soldados americanos e ingleses mataram-se uns aos outros na Batalha de Nova Orleães, porque as notícias de um tratado de paz assinado duas semanas antes em Bruxelas não chegaram a tempo. (...) As batalhas e tratados atuais tornam-se notícias antes de serem concluídos (Toffler & Toffler, 1994).

Exemplo deste novo paradigma é a notícia da morte de Osama Bin Laden que, mesmo antes do seu anúncio oficial, já se havia disseminado através da Internet com os respetivos comentários a circular nos *media* digitais, como no Twitter ou no Facebook.

Constata-se assim que, complementarmente aos OCS tradicionais, os novos *media* revelam-se capazes de veicular informação e imagens para todo o mundo, o que implica que qualquer acontecimento possa ser alvo de uma exposição mediática global, o que pode também transformar as ações militares em incidentes jornalísticos instantâneos.

A informação passou a estar disponibilizada de forma verdadeiramente universal, simples e imediata, sem regras e sem exclusividade, o que permitirá, não só aos jornalistas mas também aos militares, aos próprios adversários ou a qualquer indivíduo, disponibilizar conteúdos mediáticos que, embora menos credíveis e fiáveis, ainda assim são suscetíveis de constituir um elemento de pressão e condicionar a condução das operações militares.

Este novo paradigma condiciona inegavelmente a missão dos chefes militares visto terem de lidar com soldados e com jornalistas cada vez mais exigentes e tecnologicamente



avanzados num ambiente mediático em permanente mudança, com a predominância de sítios na web, *blogs* ou simples mensagens que mostram o quotidiano da linha da frente e poderão influenciar a condução das operações militares (King, 2008).

Seja pois através de *emails*, como das RS ou de telemóveis, podem ser reveladas as vulnerabilidades dos sistemas de armas, as técnicas, as táticas, procedimentos, localizações críticas e outras informações classificadas (Murphy, 2008). Entre muitos outros casos destacam-se por exemplo, os relatos de militares dando conta do local e atividade das suas unidades ou as imagens reais colocadas no *Youtube*, em que se podem ver acessos e procedimentos de entrada e saída de um campo militar das forças da International Security Assistance Force (ISAF), em Cabul.

Algumas forças militares vêm proibindo o recurso a estes meios no entanto, concluiu-se que é impossível controlar totalmente o seu acesso, o que ocasionou uma mudança de mentalidade, transformando-os numa oportunidade que pelo contrário deverá ser disponibilizada e explorada pelos militares (Murphy, 2009).

A partir daqui, o que devemos questionar é o grau de liberdade que pode ser concedida aos soldados e aos jornalistas para publicarem imagens e reportagens da linha da frente, que em função do público a quem fica acessível coloca em causa a segurança e o planeamento militar, e como podem os comandantes combater a guerra da internet.

Relativamente a estas questões, importa salientar a impossibilidade prática de impor restrições aos novos *media* análogas ao que acontece com outras organizações mediáticas, pelo que para os militares o principal problema é lidar com a falta de controlo da informação e com a quantidade de opiniões e denúncias de situações que, tanto podem evitar o deflagrar de um conflito, como servir de pretexto a agitações violentas, a exemplo do que sucedeu durante as recentes revoluções populares no norte de África através do *Facebook* e do *Twitter* (Kissinger, 2014).

Em face desta nova realidade, é necessário uma mudança de mentalidade e do planeamento e condução das operações militares, mesmo que tal implique envolver os jornalistas e sensibilizar os soldados, mediante ações de educação e treino no âmbito da informação pública e segurança das operações. (Murphy, 2008).

#### **d. Síntese conclusiva**

Tendo em consideração os casos analisados, constatou-se em todos eles que os *media* fazem parte integrante dos conflitos internacionais, que desempenham um papel na edificação e perceção da verdade, e são elementos decisivos na evolução das opiniões



públicas, pelo que, caso não se tomem as necessárias cautelas no que respeita ao seu controlo, podem efetivamente condicionar as decisões e a liberdade de ação de que dispõem os outros atores para prossecução dos seus objetivos políticos, estratégicos e operacionais.

De um modo geral, verifica-se que as ações estratégicas exercidas pelos políticos e pelos militares sobre os *media* visam essencialmente proteger as forças no terreno e procuram sempre que possível afetar a evolução da narrativa mediática do conflito, tentando impor as perceções da realidade que melhor servem os interesses próprios.

Os decisores, sejam políticos ou militares, enfrentam atualmente desafios constantes pela presença contínua dos *media* no campo de batalha e pelas novas tecnologias a eles associados, o que, para além de poderem catapultar uma ação militar do nível tático para o nível estratégico, veio ainda acelerar os *timings* relacionados com o ciclo de decisão e obrigar à introdução por vezes determinante de alterações às decisões e estratégias anteriormente definidas.

A informação disponibilizada em tempo real pode comprometer o sucesso das operações militares, pelo que é essencial o emprego de mecanismos que condicionem em sentido favorável a perceção da realidade. Assim, logo no decorrer do planeamento de uma operação militar, a informação pode e deve ser potenciada de modo a influenciar a opinião pública de acordo com os interesses e os objetivos que se pretendem alcançar durante o desenrolar das atividades em curso.

Das situações analisadas julgamos poder também afirmar que os *media* têm a capacidade de agitar a opinião pública e forçar os políticos a lidar com questões que preferiam ignorar, ou a adaptar uma política que não estaria nos seus planos, que tanto pode ir no sentido de forçar a ingerência, como a retirada das forças (em caso de baixas ou uso excessivo da força) se tal conduzir a opinião pública contra essa intervenção.

Assim, quer a nível político, quer militar é fundamental ter presente, permanentemente, a noção da influência que a informação e a opinião pública podem ocupar no desenvolvimento das operações e o risco que poderão acarretar para o sucesso das mesmas, uma vez que poderão funcionar nos dois sentidos, quer auxiliando a projetar o nosso poder, quer voltando-se contra os nossos próprios interesses.

Numa perspetiva puramente militar, não é hoje possível evitar, e muito menos ignorar, o ambiente mediático e a necessidade de controlo da informação (cada vez mais crucial), devendo antes dispensar-se-lhe uma extrema cautela, habilidade e perspicácia, de



forma a precaver os efeitos que, senão evitáveis pelo menos sejam suscetíveis de mitigação.

Face ao exposto e subjacente à QD2 admite-se validada a HIP2 extraindo-se como conclusão parcial que os *media*, em particular a televisão e o efeito do “direto”, tem capacidade de influenciar um dos recursos mais poderosos da sociedade, a opinião pública e, assim, condicionarem os decisores políticos, estratégicos e operacionais.

Constata-se ainda que a Internet, embora menos credível e fiável, constitui-se como uma facilidade extremamente acessível, complexa e sensível, que contribui para a integração de vários canais de comunicação convencionais, incluindo a rádio e a televisão, numa rede interativa e global o que, associado aos mais variadíssimos equipamentos de recolha de dados presentes no campo de batalha, permite em tempo real e sem fronteiras disponibilizar informação capaz de eventualmente comprometer a segurança e a condução das operações militares.

Relativamente a esta questão, importa sublinhar a inexequibilidade de impor restrições aos novos *media* colocando-se aqui o problema do controlo da informação pelos militares que pela natureza dos conteúdos tanto podem evitar o deflagrar de um conflito, como originar agitações violentas.

Finalmente, conciliar a agenda mediática com ciclos temporais de decisão muito curtos são desafios permanentes que não podem ser ignorados por quem tem o dever de planear e comandar.

Face ao exposto e subjacente à QD3 estes factos permitem-nos validar igualmente a HIP3 extraindo-se como conclusão parcial que a internet e as RS, normalmente utilizadas como redes de propaganda, são inundadas por comentários e informação, que ocasionalmente, podem comprometer as operações militares em curso.



### 3. As relações entre os militares e os *media*

“...Era o terceiro dia do ataque a Falluja, o porto seguro dos combatentes islâmicos a oeste de Bagdad, (...) A unidade com a qual eu seguia, a Companhia Bravo, era constituída por 150 marines (...) Ouviu-se uma voz pela rádio. Camião inimigo aproximando-se da vossa posição. (...) Um momento depois, a ruela explodia em disparos. (...) Nos primeiros dias da batalha, apenas me sentia seguro colando-me ao capitão Omohundro em cada passo. (...) Mas não havia nada como enfrentar a morte para a sentir na pele...” (Filkins, 2010, pp. 192-194)

O excerto deste texto é da autoria de Dexter Filkins, um dos mais reconhecidos correspondentes de guerra do jornal *The New York Times* enquanto repórter “*embedded*” numa unidade militar norte-americana no Iraque.

#### a. O jornalismo “*embedded*”

Este conceito e esta forma de fazer reportagem nasceram aquando dos preparativos da IIGG quando, três meses antes do ataque a Bagdad, a “Casa Branca” e o Pentágono anunciaram que, ao contrário do que tinha sucedido em situações anteriores, esta guerra seria acompanhada de perto pelos *media* e pelos denominados jornalistas “*embedded*”.

Efetivamente, não querendo seguir os exemplos das duas guerras mundiais em que predominou a censura, durante a guerra do Vietname o governo norte-americano ao contrário do que se passara até então não impôs qualquer tipo de restrições, mas as consequências desta liberdade de informação provocaram resultados desastrosos na condução do conflito, o que determinou que durante a IGG fosse implementado novamente o já conhecido modelo de “*pool*” que, como sabemos, para além de limitar o acesso da maioria dos jornalistas ao TO obrigava os textos e demais material informativo dos restantes a ser submetido a exame prévio e como tal foi altamente criticado.

Já neste século surgiram novamente críticas às restrições ao trabalho jornalístico durante o conflito no Afeganistão, pelo que, aquando da preparação da IIGG, em 2003, foi comunicado um novo sistema que anunciava agradar a todos e, principalmente, aos jornalistas, que passariam a viver no meio militar sendo incluídos na força como se dela fizessem parte integrante, com acesso à linha da frente.

O objetivo consistia em proporcionar uma boa relação com os jornalistas, desenvolvendo uma estratégia que permitisse apresentar o lado heroico, profissional e humano dos militares e ao mesmo tempo ter a possibilidade de controlar as notícias difundidas por estes (Fahmy & Johnson, 2007).



A experiência dos “*embedded*” pretendia ser um sucesso para ambas as partes. Aos jornalistas, prometia-se a possibilidade de relatos dos combates em “direto”, acesso a operações, entrevistas com soldados e demonstrações de artilharia, mas estratégia passava por a troca de algumas imagens e informações oficiais, os “*embedded*” terem de concordar e aceitar uma lista de medidas e restrições que os impedia de relatar determinados factos (Carvalho, 2013).

Com este sistema pretendia-se fomentar o espírito de grupo e a identificação com os soldados. Para além disso, mantendo o jornalista protegido pelas tropas assegurava-se que o outro lado da guerra não seria alvo de monotorização.

Desta vez, a estratégia parece ter resultado, havendo a perceção de que, efetivamente, aos grandes canais de televisão e às agências de informação lhes tinha sido dado o que queriam, isto é, imagens da guerra e, em troca, os *media* acabariam por desprezar ou relativizar outras histórias e os danos colaterais (Castro, 2007).

A operação “*embedded*” revelou-se então um sucesso para os jornais, a rádio, os canais de notícias 24 horas e as páginas *on-line* que, mantendo um elevado nível de reportagens surpreendiam e deixavam o público deliciado. Por outro lado, os planos televisivos, as reportagens sobre o dia-a-dia dos soldados, a não existência de baixas e os ataques cirúrgicos às cidades mostravam um exército extremamente cuidadoso e eficaz (Carvalho, 2013).

Este tipo de cobertura jornalística revelou-se no entanto imparcial, já que só era possível acompanhar uma parte do conflito e, muitas vezes, pela urgência de reportar um novo incidente, os erros eram comuns nos “diretos”, o que não ajudava à sua credibilização perante a opinião pública, e as imagens, apesar de mostrarem detalhadamente a frente de combate, expunham apenas uma perspetiva: aquela que o “*embedded*” podia ver em cada momento.

De salientar ainda que numa guerra existe o desejo de dar a conhecer tudo o que está a acontecer, ânsia esta capaz de alterar a consciência do que é realmente importante transmitir e dar a conhecer, levando ainda a que a ambição de um exclusivo, muitas vezes, faça perder a noção do que merece ser noticiado, principalmente em “direto”, quando as imagens falam por si (Teixeira, 2012).

Com base nesta aposta, a cobertura jornalística dos *media* ocidentais focalizou-se no triunfalismo das imagens e das animações computadorizadas que exibiam as maravilhas da tecnologia bélica americana, enquanto o canal *Al Jazeera* se afirmava pelas imagens fortes,





como as de soldados iraquianos mortos numa trincheira arvorando uma bandeira branca ou as de prisioneiros de guerra americanos(Pereira, 2003).

A contradição entre estas imagens e as obtidas pelos “*embedded*” fez com que surgissem as primeiras queixas acerca da pressão dos militares e governos, britânico e americano, relativamente aos conteúdos produzidos e divulgados.

Luís Castro, jornalista português que cobriu a guerra do Iraque para a RTP, conta no seu livro *Repórter de Guerra* algumas destas situações não cobertas pelos “*embedded*” e que mostram o que não era permitido saber. A título de exemplo cita-se o massacre de Saydia: “...Foi há dois dias, quando uma coluna de civis fugia de combates. No caminho apareceu-lhes um militar americano levantando o punho fechado da mão direita. Como o primeiro carro não parou, os tanques e as metralhadoras abriram fogo, matando mais de sessenta pessoas. Não perceberam que aquele gesto significava parar...” (Castro, 2007, p. 287).

Incontornável na experiência dos “*embedded*”, é a possibilidade do seu aproveitamento pelos líderes políticos e pelos militares como um facilitador estratégico. Embora não seja o modelo acabado e ideal, e não esteja imune a críticas, permite no caso concreto ser um elemento diferenciador a ter em conta, tanto que é reconhecido que um míssil não consegue provocar tantos danos na opinião pública como um mau relato ou uma má imagem.

#### **b. As relações, as diferenças culturais e a sua influência no processo de criação da notícia**

No relacionamento entre militares e jornalistas, experiências dolorosas originaram incidentes, tensões e antipatias que ainda hoje perduram. A história prova isso mesmo com a imprensa, a rádio, a televisão, e mais recentemente a *web*, a partilharem a responsabilidade de, durante décadas terem influenciado decisões, opiniões e até guerras (Carvalho, 2013).

O que aconteceu no Vietnam, a primeira guerra em que os comandantes enfrentaram o desafio de exporem as suas unidades a uma câmara de televisão contribuiu imenso para que esta experiência se agravasse e para uma acentuada divisão entre militares e *media*.

A partir daqui, e apesar dos objetivos de ambos parecerem incompatíveis houve necessidade de proceder a alterações profundas ao nível da difusão dos conteúdos mediáticos, o que tem vindo a concorrer para uma pacificação muito significativa desta relação, embora a criação de possíveis laços afetivos entre jornalistas e militares





designadamente dos “*embedded*” seja para muitos, sinónimo de uma evidente parcialidade no trabalho jornalístico.

Refira-se contudo que apesar das críticas à ação dos “*embedded*”, um trabalho de investigação apurou que, contrariamente àquilo que pensavam muitos observadores, na guerra do Iraque e de um universo de 180 histórias analisadas, 91% delas foram consideradas neutras (Loureiro, 2013).

É inegável que a cobertura mediática de um conflito é particularmente propícia à censura política e militar, tanto pelo risco de se mostrar a brutalidade e crueldade da guerra, como pelas dificuldades e medos partilhados que, necessariamente, tendem a perverter a criação da notícia (Tuosto, 2008).

É nesta conjuntura de clivagem cultural que se edificam muitos dos dilemas ainda atuais, provenientes de uma natural desconfiança mútua e do facto da posição de uns e outros ser distinta e por vezes contraditória face à informação que se pretende gerir. Era neste contexto que já Napoleão advertia: “cinco gazetas hostis fazem um mal maior do que cem mil soldados inimigos no campo de batalha”, e a partir daqui inicia-se uma história repleta de avanços e recuos, num relacionamento quase sempre tenso em que o objetivo do jornalista de aceder e divulgar as notícias colide muitas vezes com o culto do segredo e das informações classificadas do meio militar.

Os militares privilegiam as regras e preocupam-se com fugas de informação que possam comprometer a segurança e a condução das operações, enquanto os repórteres detestam ser sujeitos a normas e posicionam-se numa perspetiva de que manter um segredo é algo que à partida deve ser liminarmente rejeitado. Por este motivo, os militares devem procurar cada vez mais antecipar a sua versão dos acontecimentos e explicar as suas opções e decisões à opinião pública.

No entanto, decorrente desta necessidade de pacificação ao longo dos tempos, verificaram-se igualmente mudanças na mentalidade militar de modo a aceitar o papel dos *media*, ou até mesmo catapultar as suas ações em proveito próprio. Neste sentido, surgiu a ideia de integrar os jornalistas nas operações, com benefícios para uma melhor perceção da missão e de desenvolverem também eles a cultura militar. Desta interação resultaria uma informação mais precisa, adequada e a garantia de segurança e respeito mútuo. (Hahn, 1998)

Como se pode constatar e justificado sempre na necessidade de conquistar a opinião pública, as relações entre militares e jornalistas vêm-se alterando ao longo da história. Os



“*embedded*” são apenas o último modelo e experiência, caracterizando-se pela partilha de exigências durante a condução das operações e pela aproximação destes dois elementos.

Aproximação esta que procura atenuar fronteiras entre repórteres e militares e pode efetivamente determinar o sucesso de uma operação militar. Chamando a atenção para estes fatores, entidades como os Repórteres Sem Fronteiras, a International News Safety Institute e a International Press Institute têm destacado a necessidade de maior ligação, preparação e proteção dos profissionais da comunicação no sentido da criação e divulgação de códigos e normas de conduta de segurança para jornalistas em zonas de conflito (Anexo A).

Mas afinal o que pretendem os militares dos jornalistas nas zonas de conflito? O mesmo de sempre, que pesquisem e analisem a informação, criem a notícia e a reportem, com objetividade tendo no entanto em consideração as especificidades militares relacionadas com a segurança e o segredo das operações (Tomé, 2006).

Na criação da notícia, a chave do sucesso reside assim na capacidade de informar o público, sem pôr em perigo o objetivo da missão, ainda que tal implique a adoção de restrições e medidas de controlo, devendo o público através dos *media* ser esclarecido dessa necessidade, com vista a ganhar o seu apoio.

Haverá no entanto sempre contingências impossíveis de antecipar, pelo que os militares devem estar preparados para situações de tomada de decisão em situações de guerra e diante de uma câmara, ao vivo.

### **c. Possíveis respostas capazes de satisfazerem os militares e os media**

Tendo em consideração a inevitabilidade da presença dos *media* no acompanhamento das campanhas militares, é nosso entendimento que se poderão elencar algumas medidas capazes de constituir-se como soluções possíveis de satisfazerem os militares e os *media* quanto à forma como devem gerir a informação acessível à opinião pública no sentido de melhor satisfazerem os objetivos de uns e de outros, sem comprometerem a condução das operações militares:

- Antes de tudo, para que se possa criar uma mensagem consistente, precisa e útil parece-nos fundamental que a manobra da informação, cujo objetivo passa por influenciar os *media* deverá ser trabalhada e coordenada nos mais elevados escalões da direção política e militar assente no desenvolvimento do conceito de Comunicação Estratégica que engloba diferentes disciplinas de comunicação (*Public Affairs*, PSY OPS, INFO OPS, bem como peritos na análise e avaliação da eficácia da componente mediática) de modo a



proporcionar junto das audiências alvo o conhecimento e compreensão clara e completa da missão mantendo em simultâneo a segurança das operações (Branco, 2015).

- Neste sentido, logo de início e de modo a formar a perceção da opinião pública devem ser previstos e considerados os impactos de qualquer operação na mesma, pelo que deve diligenciar-se para que os *media* e as eventuais complicações mediáticas decorrentes das suas ações sejam adequadas e plenamente integradas no processo de planeamento operacional, de forma a assegurar a coerência da mensagem a difundir, contribuindo de forma direta e afirmativa para o sucesso das operações, missões e atividades futuras ou em curso (NATO, 2010).

- Usando os meios de comunicação adequados a cada momento, assegurar a prontidão e a capacidade de resposta que permita tomar a iniciativa na disponibilização da informação, acabando assim por explorar os aspetos positivos das más notícias, promover ações de contrainformação e minimizar os impactos de eventos que possam tornar-se mediáticos como forma de manter a legitimidade da opinião pública (NSA, 2011).

- O Comandante deve estar sempre preparado para apoiar a cobertura mediática das operações militares e para aceitar as adversidades inerentes, o escrutínio público das opções tomadas e para ser colocado em causa quanto à legitimidade e à justiça das suas decisões (Calçada, 2015).

- Planear e promover um relacionamento estreito entre militares e jornalistas, facilitando-lhes a integração no seio das forças, bem como o acesso a informação periódica das operações, através de pessoal especializado, em briefings ou conferências de imprensa é essencial, bem como considerar tudo “*on the record*”, pelo que, apesar da rapidez necessária no processamento de divulgação das notícias apenas se deverá falar sobre aquilo de que se tem conhecimento “direto” e confirmado tal como tratar as questões operacionais em termos genéricos, e se oportuno (Silva, 2014a).

- Os comandantes e os militares em geral deverão diligenciar ainda para esta relação de confiança mútua tenha subjacente a transparência e a preocupação de apenas vedar o acesso a informação classificada, por razões de segurança ou proteção da força, e nunca por censura de opinião (Calçada, 2015).

- No sentido de manter uma boa relação de confiança, e o apoio dos *media*, em nenhuma circunstância será permitido iludi-los ou dar-lhes a sensação de que estão a ser manipulados, devendo-se evitar igualmente que o acesso à linha da frente seja exclusividade apenas de alguns (Pereira, 2014).



- O conceito de jornalista “*embedded*” embora não seja um modelo acabado para acomodar militares e *media*, julga-se que de momento, até pela opinião da maioria do universo de militares e jornalistas entrevistados (Apêndice B) é a opção que melhor serve os interesses de ambos pelo que, acautelando as especificidades e os aspetos de segurança das operações deverá continuar a investir-se nesta “modalidade de ação” (Rosendo, 2014).

- Os *media* devem ser consciencializados dos valores patrióticos, das condições e das especificidades militares, no sentido de poderem vir a ser empregues por estes como elementos diferenciadores capazes de exercer um papel importante na resolução de um conflito, e não como uma inconveniência ou uma ameaça (Pereira, 2014).

- No caso dos conflitos de baixa intensidade, em que a complexidade é tal que a própria utilidade da força pode ser questionada, para além de dar prioridade ao estreitar do relacionamento com os jornalistas deve dar-se prioridade à educação e treino dos militares no âmbito cultural do direito humanitário e das relações com a população civil (Santos, 2015).

- Como forma de manutenção do desempenho, da moral e da coesão das tropas, paralelamente ao que vai sendo noticiado através dos *media*, os chefes militares deverão ter a preocupação constante de, através do canal de comando, fornecerem aos soldados informação descendente, que lhes permitam acompanhar as políticas, as operações, os objetivos e as atividades em curso, bem como deve assegurar-se a divulgação das notícias específicas e pessoais às famílias dos militares, antes daquelas serem divulgadas pelos *media*.

- Finalmente, e se decididamente queremos vencer a guerra digital, deve garantir-se que o escalão político, os militares, os *media*, e outras agências civis que participam em operações, sejam sensibilizados acerca do funcionamento das novas tecnologias da informação e comunicação e como devem mitigar os riscos do imediatismo da informação, ainda que para tal se promovam programas formativos e com vista a uma maior qualificação educacional, bem como e se necessário, se recorra esporadicamente ao controlo sobre o tráfego de conteúdos.

#### **d. Síntese conclusiva**

Já neste século, face às críticas e às restrições ao trabalho jornalístico impostas nos últimos grandes conflitos armados, aquando da invasão do Iraque, em 2003, foi anunciado um novo sistema (os “*embedded*”) que prometia agradar aos jornalistas integrando-os no seio das tropas e com acesso à linha da frente. Este sistema pretendia fomentar o espírito



de grupo e identificação com os soldados, partilhando os mesmos espaços e os mesmos perigos.

Esta cobertura jornalística suscitou questões relativas à (im)parcialidade já que, acompanhando só uma das partes do conflito o jornalista apesar de conseguir aceder à frente de combate e divulgar as imagens ricas em detalhes apenas mostra uma perspetiva do mesmo com potencial prejuízo de credibilidade.

A história mostra-nos que experiências dolorosas marcaram durante décadas as relações entre os militares e os *media* pela sua influência nas decisões, opiniões e guerras, o que originou aversões para com os meios de comunicação social que subsistiram na cultura militar.

Entretanto verificou-se uma evolução na mentalidade dos militares que levou da aversão à aceitação do papel dos *media* e mesmo à sua utilização em proveito próprio. Neste sentido, justificado pela vontade de conquista da posição da opinião pública surgiu a necessidade de integrar os jornalistas nas operações militares, promovendo o relacionamento livre com os soldados, na tentativa de conseguir uma melhor perceção da missão e do que é a cultura militar.

O jornalista “*embedded*”, caracterizado pela relação de aproximação e partilha das exigências dos militares permite atenuar a distância da opinião pública e pode configurar um prenúncio entre o sucesso e insucesso das operações militares o que face ao exposto e subjacente à QD4 nos permite validar a HIP4, extraíndo-se como conclusão parcial que os militares, promovendo a interação com os *media* e os jornalistas, poderão e deverão tirar partido do jornalismo “*embedded*” em proveito da condução das operações.

Face à inevitabilidade da presença dos *media* no acompanhamento das operações militares devem ser implementadas medidas que permitam gerir o imediatismo da informação, que, desde que alinhadas com a posição pretendida, constituir-se-ão como soluções capazes de informar a opinião pública e de satisfazerem os militares e os *media* de acordo com os objetivos de uns e de outros, sem comprometerem a condução das operações militares.

A guerra pelo controlo da informação exigirá perícia e astúcia, sobretudo intelectual, recorrendo a medidas e métodos de natureza política, estratégica e operacional que numa simbiose permanente entre jornalistas e militares poderão balancear a opinião pública em seu favor o que naturalmente se revelará decisivo para a condução das operações e para o



A guerra em “direto” e o direito à informação. Novos paradigmas na condução das operações.

---

sucesso das mesmas, o que face ao exposto e subjacente à QD5 julgamos validar a nossa HIP5.



#### 4. Conclusões

Procurámos ao longo do trabalho que agora termina averiguar em que medida os *media* em geral, e o efeito do “direto” em particular, influenciam a opinião pública, qual o seu impacto na tomada de decisão e, conseqüentemente, no planeamento e condução das operações militares.

Conduzimos assim a nossa investigação pelo método hipotético-dedutivo, adotando um modelo de análise incidindo na componente tecnológica, nas relações entre os *media* e os militares e no direito à informação, para as quais obedecendo ao procedimento metodológico referido, se elencaram as hipóteses que após validadas, nos conduziram à nossa QC.

Na tentativa de dar resposta a esta questão, começámos no primeiro capítulo por demonstrar que a guerra, o assunto mais desejado dos *media*, começou por ganhar o estilo de notícia a partir do século XIX, e que os respetivos relatos ainda que publicados com alguns dias de atraso já nessa altura provocaram um impacto muito significativo na opinião pública.

Entretanto, a novidade da voz, do som e da imagem levou ao aparecimento de novos grupos de correspondentes de guerra, abrindo-se de igual modo novos capítulos na história do jornalismo e nos meios de influência sobre a opinião pública.

O final do milénio passado trouxe a instantaneidade e o imediatismo da informação, e já no século XXI, fruto do espantoso aperfeiçoamento da tecnologia de captação e transmissão de imagens, via satélite, os *media* puderam divulgar ao mundo, amplamente e ao vivo, o espetáculo das imensas explosões que iluminavam um verdadeiro campo de batalha.

Com a internet, e o conseqüente aperfeiçoamento deste novo meio de comunicação cujas principais características assentam num imediatismo melhorado, na convergência de conteúdos e na liberdade de criação entrámos na última etapa na história do jornalismo de guerra, com a possibilidade de difusão instantânea de notícias a nível global a partir de um tablet, de um computador ou de um simples telemóvel.

Decorrente desta revolução informacional e tecnológica, os *media* ganharam mais influência na defesa da liberdade de expressão e do direito à informação, o que fez com que o espaço mediático conquistasse uma importância preponderante nas áreas de tensão e conflitos violentos, o que veio obrigar os militares e os políticos a adotarem cautelas especiais neste âmbito. Os jornalistas, os operadores de câmara e os fotógrafos passaram a



ser encarados como um elemento ambiental do campo de batalha enquanto atores essenciais a considerar no processo de tomada de decisão, suscetíveis de influenciar os prazos de reação, de agir como intermediários, de serem utilizados nas negociações, bem como na manipulação da opinião pública e até mesmo surgirem como fomentadores de conflitos.

Hoje em dia, poderá afirmar-se que existem sempre dois tipos de batalhas, uma no terreno e outra nos *media*, onde o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação social, capazes de proverem a cobertura global e de permitirem o fluxo instantâneo de notícias e sobretudo de imagens, fez com que a opinião pública se tornasse um fator central em qualquer avaliação, política e/ou estratégica que pode contribuir para o sucesso ou insucesso das operações, particularmente na fase de consolidação, em que a conquista da população é decisiva.

No segundo capítulo, tentámos demonstrar através de vários estudos de caso que a difusão de notícias em “direto” através dos media tradicionais ou das redes sociais podem condicionar e comprimir os ciclos de decisão, restringir a liberdade de ação, limitar as opções e ameaçar a segurança das operações, sendo mesmo impressionante constatar como as grandes potências, aparentemente indestrutíveis por se encontrarem ancoradas num grande poderio militar e na mais moderna tecnologia, por vezes claudicam e revelam as suas fragilidades perante o escrutínio dos *media*.

Na maioria das vezes, essas vulnerabilidades decorrem do facto da guerra poder ser decidida no espaço mediático, em que as mais recentes tecnologias de comunicação e a difusão noticiosa em “direto” tornaram obsoleto os velhos recursos do controlo da informação, permitindo condicionar o decisor político e militar em tempo real e podendo influenciá-lo na condução das operações, sobretudo ao nível tático e operacional. Esta situação poderá revelar-se nalguns casos perversa e cujo efeito pode traduzir-se na falta de emprego oportuno da força, tornando impraticável a prevenção de conflitos ou a gestão de crises.

A partir da IGG, em 1991, o efeito mediático do “direto” revelou-se um instrumento de poder: o público passou a contar no ciclo de decisão, quer por efeito da pressão exercida sobre os governos no sentido de uma intervenção ou de uma retirada, quer pelo risco do uso excessivo da força condicionar o apoio da opinião pública.





Atualmente os militares estão preparados para que qualquer TO seja alvo de intensa e permanente cobertura mediática, com a opinião pública a ser frequentemente inundada com notícias cujos conteúdos são distorcidos, exagerados, subjetivos e imprecisos.

De relevar que alguns dos aspetos resultantes do “efeito CNN”, caracterizado pela cobertura noticiosa em tempo real e consequente vigilância pública das decisões estratégicas e das operações militares pode alterar o ambiente estratégico e ainda que controverso, pesar na forma como os líderes tomam as suas decisões e os militares conduzem as ações no terreno, no efeito de impedir a prossecução de um objetivo político ambicionado e, como já anteriormente se referiu, na aceleração do processo de tomada de decisão.

A atividade das relações públicas tornou-se numa ferramenta estratégica a explorar nas operações militares na medida em que a gestão das perceções será cada vez mais decisiva nos espaços de operações tradicionais, não sendo possível às Forças Armadas, das potências mais poderosas aos Estados mais fracos, deixarem de planear e executar as suas ações envolvendo os *media* e todas as técnicas de comunicação tendentes ao apoio das operações de combate que lhes são específicas.

Para além disso, na decorrência da necessidade cada vez mais premente dos Estados envolvidos em combate minimizarem o impacto das suas decisões e obterem o apoio político dos respetivos parlamentos na condução das suas ações, é essencial que no espaço mediático sejam desencadeadas intervenções, junto dos *media*. Assim, deverão ser montados mecanismos e métodos contínuos e assertivos de âmbito mediático, com operações de informação de todos os tipos, com vista a tirar partido das mesmas, desequilibrando a seu favor as perceções das opiniões públicas acerca das medidas ou ações praticadas, no decorrer de um conflito.

Por seu lado, os atores menos poderosos poderão atingir equilíbrios de forças explorando o espaço mediático e a vulnerabilidade das redes sociais. A difusão da mensagem através destes meios, face às previsíveis reações em cadeia e à consequente amplificação das mesmas através dos *media* tradicionais, incrementam as possibilidades de êxito face a atores com armamento sofisticado e militarmente mais poderosos.

Por último, no terceiro capítulo, procurámos analisar em que medida os militares, face às críticas e às restrições ao trabalho jornalístico impostas nos últimos grandes conflitos armados, poderão tirar partido do jornalismo “*embedded*” bem como apontar



medidas capazes de satisfazer os objetivos de cada um dos atores face aos novos paradigmas em proveito da condução das operações.

Relativamente a este tipo de cobertura jornalística, que se manifestou como sendo muito do agrado dos militares revela, no entanto, alguma falta de imparcialidade, já que só pode acompanhar uma das partes do conflito, pelo que, apesar de conseguir fazer chegar ao grande público imagens reais e muito detalhadas da frente de combate, estas apenas mostram uma perspetiva do conflito em detrimento de uma abordagem global, ponderados outros atores e cenários e que por isso não ajuda à sua credibilidade.

A evolução e a alteração estrutural na forma como os militares abordam a sua relação com os *media*, levaram da aversão até à sua aceitação, passando atualmente pelo recurso ao poder mediático como “arma de guerra” tendo subjacente a conquista da opinião pública e levando à necessidade de integrar os jornalistas nas operações militares promovendo o relacionamento livre com os soldados, embora condicionando, ainda que parcialmente a divulgação de certas notícias e determinadas imagens.

O jornalista “*embedded*”, caracterizado por partilhar as exigências dos militares, marca a aproximação destes dois elementos, atenuando as fronteiras entre ambos e a opinião pública, bem como condicionando de forma indelével o sucesso ou insucesso da operação militar. Esta interação permite que os militares tirem partido, nomeadamente do jornalismo “*embedded*” em proveito de uma correta divulgação da condução das operações.

Face à inevitabilidade da presença dos *media* no acompanhamento das operações militares, e tendo sempre em consideração o que pretendemos divulgar junto da opinião pública, devem ser implementadas medidas que permitam gerir o imediatismo da informação no sentido de melhor satisfazerem os objetivos de uns e de outros, sem no entanto comprometerem a condução das operações militares.

A guerra pelo controlo da informação exigirá tanto perícia e astúcia, como agilidade e perspicácia sobretudo intelectual na adoção de medidas e métodos de natureza política, estratégica e operacional, que embora possam exigir uma simbiose permanente entre jornalistas e militares apresentar-se-ão decisivas para a condução das operações e para o sucesso militar e mediático, das mesmas.

No futuro, a exploração do espaço mediático fará com que o processo de decisão se adeque à velocidade a que a informação circula, as ações táticas devem passar a ser consideradas potencialmente estratégicas e deve ponderar-se que todas as ações têm



potenciais efeitos globais, o que implicará que na condução das operações, não será raro e até poderá tornar-se frequente, assistir-se a que, no mesmo posto de comando, se concentrem os níveis da direção política, estratégica e tática.

De salientar que os contributos desta investigação para o conhecimento decorrem da análise realizada, tendo-se chegado à conclusão de que o espaço mediático, sobretudo face ao efeito do “direto”, deverá ser encarado como um novo paradigma associado ao fenómeno da guerra, pelo que se recomenda aos responsáveis políticos e militares a refletir sempre sobre esta temática e sobre as estratégias, doutrinas e culturas a adotar, em função das que se revelem mais adequadas às Forças Armadas neste âmbito.

Tendo presente o objetivo geral deste trabalho consideramos que o percurso metodológico seguido permitiu-nos validar as hipóteses formuladas e dar, agora, resposta à nossa QC, julgando-se assim estarmos em condições de afirmar que o peso da informação e do “direto” na opinião pública, associados às correspondentes manobras de gestão de perceções, com os consequentes efeitos globalizantes, darão importância estratégica a muitas ações de teor tático, o que obrigará ao nível do planeamento, da decisão e da condução das operações a recorrentes soluções de idêntica natureza.

Terminamos este TII, propondo que futuramente se iniciem pesquisas conducentes a encontrar e implementar medidas que contribuam para a melhoria das relações entre militares e *media*, para que se aprofunde o conhecimento mútuo das realidades, interesses e objetivos das missões (de relevante interesse público e dignidade constitucional) que a ambos estão cometidas desde o tempo de paz, bem como para a otimização do sistema “embedded”, de modo a que a informação possa ser gerida como um “multiplicador de força” e sem comprometer a condução das operações militares.



## Bibliografia

- Baudrillard, J., 1991. *The Gulf War Did Not Take Place*. Blooming USA: Indiana University Press.
- Belknap, M., 2001. *The CNN Effect: Strategic Enabler or Operational Risk?*. Pennsylvania: U.S. Army War College.
- Belknap, M., 2002. *The CNN Effect: Strategic Enabler or Operational Risk?*. Pennsylvania: U.S. Army War College.
- Branco, C., 2015. *A Guerra em “direto”*. Entrevistado pelo autor, Lisboa, 9 mar. 2015.
- Calçada, J., 2015. *A Guerra em “direto”*. Entrevistado pelo autor, Lisboa, 5 jan. 2015.
- Calçada, J., 2007. *A informação pública e o seu impacto no sucesso da campanha militar*. Lisboa: Trabalho de Investigação Individual CPOG 2006/2007.
- Cardoso, R., Tavares, J. e Lourenço, R., 13 set. 2014. Obama desenterra estratégia de Petraeus. O Expresso, Issue Iraque e Síria, p. 32.
- Carvalho, E., 2013. *Jornalismo de guerra - O caso da imprensa portuguesa*. Covilhã, Dissertação de mestrado em jornalismo, Universidade da Beira Interior.
- Castro, L., 2007. *Repórter de Guerra*. Lisboa: Oficina do livro.
- Dobson, C., Payne, R. e Miller, J., 1983. *Malvinas contra Falklands*. Lisboa: Europress.
- Exército Português, 2009. *Publicação Doutrinária do Exército (PDE) 2-00 Informações Contra-informação e Segurança*. Lisboa: s.n.
- Exército Português, 2012. *Publicação Doutrinária do Exército (PDE) 3-00 Operações*. Lisboa: s.n.
- Fahmy, S. e Johnson, T., 2007. *Embedded Versus Unilateral Perspectives on Iraq War*. *Newspaper Research Journal*, Vol 28.
- Filkins, D., 2010. *Guerra sem fim*. Alfragide: Casa das letras.
- Fino, C., 2003a. *A Guerra em Directo*. Lisboa/São Paulo: Verbo
- Fino, C., 2003b. [Gravação Sonora] (RTP) [Em linha] Disponível em: [http://media.rtp.pt/blogs/estadoislamico/a-jihad-de-al-bagdadi/noite-mais-longa-em-bagdade\\_1178](http://media.rtp.pt/blogs/estadoislamico/a-jihad-de-al-bagdadi/noite-mais-longa-em-bagdade_1178), [Consult. 24 nov. 2014]
- Gabriel, M., 2009. *Twitter - Conceitos, Estratégias e Ferramentas*, por Martha Gabriel. [Em linha] Disponível em: <http://pt.slideshare.net/marthagabriel/twitter-conceitos-estrategias-e-ferramentas-por-martha-gabriel>, [Consult. 24 mar. 2015].
- Gilbert, M., 2000. *La grande storia della prima guerra mondiale*. Milano: Mondadori.



- Gonçalves, A., 2010. *Antonio.Ricardo.org*. [Em linha] Disponível em: <http://antonioricardo.org/2010/01/20/o-conceito-da-web-2-0/>, [Consult. 24 mar. 2015].
- Gonçalves, T., 2002. *Opinião Publica, media e estrategia das potências nas democracias modernas*. Anais do Clube Militar Naval, outubro-dezembro, p. 814.
- Hachten, W., 1996. *The World New Prism-Changing Media of International Communication*. Iowa: University Press.
- Hahn, R., 1998. *Media Influence and its Effects on Military Operations*. EUA: Marine Corps Command and Staff Coll Quantico.
- Hallin, D., 1997. *The media and the war*, in John Corner, Philip Schlesinger, Roger Silverstone. In: *International Media Research*. Londres: Routledge.
- Hall, M., 2003. *La guerra del Vietnam*. Bologna: Il Mulino.
- Keeble, R., 2007. *The necessary spectacular 'victories': new militarism, the mainstream media and the manufacture of the two Gulf conflicts 1991 and 2003*. In: *Communicating war: memory, media and military*. United Kingdom: Arima.
- King, P., 2008. *Os novos media representam uma ajuda ou um obstáculo em situações de conflito?*. NATO Review - Novos media armas de comunicação de massas?, [Em linha] Disponível em: <http://www.nato.int/docu/review/2008/DEBATE/PT/index.htm>, [Consult. 20 nov. 2014].
- Kissinger, H., 2014. *A ordem mundial*. Alfragide: Publicações Dom Quixote.
- Lima, V., 2004. *Sete teses sobre a relação Mídia e Política*. Revista USP, março, pp. 48-57.
- Livingston, S., 1997. *Beyond the "CNN effect": The media-foreign policy dynamic*. In P. Norris *Politics and the Press: The News Media and Their Influences*. Boulder: Lynne Rienner Publishers.
- Loureiro, P., 2013. *O jornalismo português "incorporado": circunstâncias, experiências e percepções*. Tese de dissertação de mestrado, Escola Superior de Comunicação Social.
- McLaughlin, G., 2002. *The War Correspondent*. Londres: Pluto Press.
- McLuhan, M., 1989. *War and Peace in the Global Village*. Nova Iorque: Simon&Schuster.
- Murphy, D., 2008. *Fighting Back: New Media and Military Operations*. Carlisle: U.S. Army War College.



- Murphy, D., 2009. *Operations Security in an Age of Radical Transparency*. Carlisle, Pennsylvania: Center for Strategic Leadership, U.S. Army War College .
- NATO, 2010. (MCM-0085-2010) *Military Concept For NATO Strategic Communications*. Bruxelas: North Atlantic Military Committee.
- Neuman, J., 1996. *Lights, Camera, War: Is Media Technology Driving International Politics?*. New York: St. Martin's Press.
- NSA, N. S. A., 2011. *AJP-3 (B) Allied Joint Doctrine for the Conduct of Operations*. Bruxelas: s.n.
- Patterson, T., 2002. *Os Media como atores políticos*. In: *Media, Jornalismo e Democracia*. Lisboa: Livros Horizonte, p. 33 a 43.
- Pereira, C. S., 2003. *Da guerra real à guerra dos media*. Mediação; Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde; Belo Horizonte, Junho.
- Pereira, C. S., 2005. *Guerras da Informação. Militares e Media em Cenários de Crise*. 1ª ed. Lisboa: Tribuna da História.
- Pereira, C. S., 2014. *A Guerra em “direto”*. Entrevistado pelo autor, Lisboa, 25 nov. 2014).
- Pereira, C. S. i. M. C., 2004. *Informações e Segurança, estudos em honra do general Pedro Cardoso*. Lisboa: Prefácio edição.
- Peter, Y. e Peter, J., 1997. *The Media and the Military-From the Crimea to the Desert Strike*. Londres: MacMillan Press.
- Pureza, J. & Ferrándiz, F., 2003. *Fogo sobre os media*. Coimbra: Quarteto.
- Raposo, H., 2015. *Kurtz em cassete-pirata*. *Revista do Expresso*, 21 fev. 2015, p. 39.
- Rosendo, J., 2014. *A Guerra em “direto”*. Entrevistado pelo autor, Lisboa, 17 dez. 2014.
- Santos, J. R., 2002. *Crónicas de Guerra - Da Crimeia a Dachau*. Lisboa: Gradiva.
- Santos, J. R. d., 2003. *A verdade da Guerra*. 5ª ed. Lisboa: Gradiva.
- Santos, L., 2014. *O Futuro da Guerra*. Lisboa: Nova Vega.
- Santos, M., 2015. *A Guerra em “direto”*. Entrevistado pelo autor, Lisboa, 12 fev. 2015.
- SECDEF WASHINGTON DC, 2003. [Em linha] Disponível em: <http://www.defense.gov/news/>, [Consult. 02 Jan. 2015].
- Silva, R., 2014a. *A Guerra em “direto”*. Entrevistado pelo autor, Lisboa, 18 nov. 2014.
- Silva, R., 2014b. *EUA vão ter de descer à terra*. *O Expresso*, 18 out. 2014, Issue Síria e Iraque, p. 34.
- Sousa, J. P., 2008. *Uma história breve do jornalismo no Ocidente*. s.l.:Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo.



- Subtil, F., 2006. *A comunicação entre a utopia e a tecnocracia: para uma fundamentação teórica das tecnologias*. s.l.: Análise Social, vol. XLI (181), 2006, 1075-1093.
- Tavares, M., 2015. *A Religião do mal?*. O Expresso, 10 jan. 2015, p. 11.
- Teixeira, D., 2012. *O Jornalismo Internacional na televisão portuguesa: o caso do “Jornal da Noite” da SIC*. Covilhã, Dissertação de mestrado em jornalismo, Universidade da Beira Interior.
- Toffler, A. & Toffler, H., 1994. *Guerra e Antiguerra*. Lisboa: livros do Brasil.
- Tomé, L., 2003. *Os Media e a Guerra no Iraque*. *Media XXI*; n.º 70, abril-maio, pp. 8,9.
- Tomé, P. M., 2006. *Os Jornalistas em cenários de conflito*. JANUS.
- Traquina, N., 2002. *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Tumber, H., 2008. *Covering War and Peace*. In: *The handbook of journalism studies*. Londres: Sage.
- Tuosto, K., 2008. *The “Grunt Truth” of Embedded Journalism: The New Media/Military Relationship*. *Stanford Journal of International Relations Vol X*.
- Uhlir, P., 2006. *Diretrizes políticas para o desenvolvimento e a promoção da informação governamental de domínio público*. Brasília: UNESCO.
- Walzer, M., 2004. *A Guerra em debate*. Lisboa, Cotovia.





## **Anexo A – Código de segurança de jornalistas em zonas de conflito e tensão**

1. A preservação da vida e da segurança é soberana. É necessário mentalizar tanto o pessoal permanente como o pessoal independente que é inaceitável e desaconselhado correr riscos inúteis no exercício de uma tarefa. Exortam-se as novas organizações a preferirem a segurança às vantagens competitivas.

2. Os destacamentos para zonas de guerra e outras regiões perigosas devem ser voluntários e envolver apenas repórteres experientes e seus assistentes. Não deverá repercutir-se na carreira qualquer recusa de um destacamento perigoso. Os editores na base ou os jornalistas no terreno podem decidir pôr termo a um destacamento perigoso após consulta mútua pertinente.

3. Todos os jornalistas e pessoal noticioso deverão receber uma formação adequada sobre o ambiente hostil e ser sensibilizados para os riscos incorridos, antes de ser destacados para uma zona perigosa. Exortam-se os empregadores a tornarem esta exigência obrigatória.

4. Antes de ser destacados, os jornalistas devem ser plenamente informados pelos seus empregadores sobre as condições políticas, físicas e sociais prevalecentes na região onde devem trabalhar e estar a par das regras internacionais em matéria de conflitos armados estabelecidas pela Convenção de Genebra, bem como de outros documentos essenciais da legislação humanitária.

5. Os empregadores devem fornecer equipamento de segurança eficaz e garantias médicas e de segurança adequadas ao perigo incorrido a todo o pessoal permanente e independente destacado para zonas perigosas.

6. Todos os jornalistas devem beneficiar de um seguro pessoal enquanto estiverem de serviço em zonas hostis, incluindo cobertura contra ferimentos e morte. Não deverá haver qualquer discriminação entre o pessoal permanente e o pessoal independente.

7. Os empregadores devem proporcionar uma consulta confidencial aos jornalistas empenhados na cobertura de eventos envolvendo perigo. Devem formar pessoas capazes de reconhecer o stress pós-traumático e fornecer às famílias dos jornalistas destacados em zonas perigosas um aconselhamento pontual sobre a segurança dos seus entes queridos.

8. Os jornalistas são observadores neutros. Os membros da comunicação social não devem transportar armas de fogo no exercício da sua profissão.

9. Exortam-se os governos e as forças militares e de segurança a respeitarem a segurança dos jornalistas nas suas respetivas zonas de operação, quer estes acompanhem





ou não as suas tropas. Não devem restringir desnecessariamente a liberdade de movimento nem comprometer o direito dos repórteres noticiosos a obter e divulgar informações.

**10.** As forças de segurança nunca devem perturbar, intimidar ou atacar fisicamente os jornalistas que exerçam honestamente a sua profissão. (International News Safety Institute) (Tomé, 2006)



**Anexo B – Public Affairs Guidance (PAG) on embedding media during possible future operations/deployments in the U.S. Central Commands (CENTCOM) area of responsibility (AOR):**

(...)

4. Ground rules. For the safety and security of U.S. forces and “embedded” media, media will adhere to established ground rules. Ground rules will be agreed to in advance and signed by media prior to embedding. Violation of the ground rules may result in the immediate termination of the embed and removal from the AOR. These ground rules recognize the right of the media to cover military operations and are in no way intended to prevent release of derogatory, embarrassing, negative or uncomplimentary information. Any modification to the standard ground rules will be forwarded through the PA channels to CENTCOM/PA for approval. Standard ground rules are:

4.A. All interviews with service members will be on the record. Security at the source is the policy. Interviews with pilots and aircrew members are authorized upon completion of missions; however, release of information must conform to these media ground rules.

4.B. Print or broadcast stories will be datelined according to local ground rules. Local ground rules will be coordinated through command channels with CENTCOM.

4.C. Media “embedded” with U.S. forces are not permitted to carry personal firearms.

4.D. Light discipline restrictions will be followed. Visible light sources, including flash or television lights, flash cameras will not be used when operating with forces at night unless specifically approved in advance by the on-scene commander.

4.E. Embargoes may be imposed to protect operational security. Embargoes will only be used for operational security and will be lifted as soon as the operational security issue has passed.

4.F. the following categories of information are releasable.

4.F.1. Approximate friendly force strength figures.

4.F.2. Approximate friendly casualty figures by service. “embedded” media may, within OPSEC limits, confirm unit casualties they have witnessed.

4.F.3. Confirmed figures of enemy personnel detained or captured.

4.F.4. Size of friendly force participating in an action or operation can be disclosed using approximate terms. Specific force or unit identification may be released when it no longer warrants security protection.



4.F.5. Information and location of military targets and objectives previously under attack.

4.F.6. Generic description of origin of air operations, such as "land-based".

4.F.7. Date, time or locations of previous conventional military missions and actions as well as mission results are releasable only if described in general terms.

4.F.8. Types of ordnance expended in general terms.

4.F.9. Number of aerial combat or reconnaissance missions or sorties flown in CENTCOM's area of operation.

4.F.10. Type of forces involved (eg., air defense, infantry, armor, marines).

4.F.11. Allied participation by type of operation (ships, aircraft, ground units, etc.) after approval of the allied unit commander.

4.F.12. Operation code names.

4.F.13. Names and hometowns of U.S. military units.

4.F.14. Service members' names and home towns with the individuals' consent.

4.G. The following categories of information are not releasable since their publication or broadcast could jeopardize operations and endanger lives.

4.G.1. Specific number of troops in units below Corps level.

4.G.2. Specific number of aircraft in units at or below the air expeditionary wing level.

4.G.3. Specific numbers regarding other equipment or critical supplies (eg. artillery, tanks, landing craft, radars, trucks, water, etc.).

4.G.4. Specific numbers of ships in units below the carrier battle group level.

4.G.5. Names of military installations or specific geographic locations of military units in the CENTCOM area of responsibility, unless specifically released by the department of defense or authorized by the CENTCOM commander. News and imagery products that identify or include identifiable features of these locations are not authorized for release.

4.G.6. Information regarding future operations.

4.G.7. Information regarding force protection measures at military installations or encampments (except those which are visible or readily apparent).

4.G.8. Photography showing level of security at military installations or encampments.

4.G.9. Rules of engagement.



4.G.10. Information on intelligence collection activities compromising tactics, techniques or procedures.

4.G.11. Extra precautions in reporting will be required at the commencement of hostilities to maximize operational surprise. Live broadcasts from airfields, on the ground or afloat, by “embedded” media are prohibited until the safe return of the initial strike package or until authorized by the unit commander.

4.G.12. During an operation, specific information on friendly force troop movements, tactical deployments, and dispositions that would jeopardize operational security or lives. Information on on-going engagements will not be released unless authorized for release by on-scene commander.

4.G.13. Information on special operations units, unique operations methodology or tactics, for example, air operations, angles of attack, and speeds; naval tactical or evasive maneuvers, etc. general terms such as “low” or “fast” may be used.

4.G.14. Information on effectiveness of enemy electronic warfare.

4.G.15. Information identifying postponed or canceled operations.

4.G.16. Information on missing or downed aircraft or missing vessels while search and rescue and recovery operations are being planned or underway.

4.G.17. Information on effectiveness of enemy camouflage, cover, deception, targeting, direct and indirect fire, intelligence collection, or security measures.

4.G.18. No photographs or other visual media showing an enemy prisoner of war or detainee's recognizable face, nametag or other identifying feature or item may be taken.

4.G.19. Still or video imagery of custody operations or interviews with persons under custody.

4.H. The following procedures and policies apply to coverage of wounded, injured, and ill personnel:

4.H.1. Media representatives will be reminded of the sensitivity of using names of individual casualties or photographs they may have taken which clearly identify casualties until after notification and release by PA.

4.H.2. Battlefield casualties may be covered by “embedded” media as long as the service member's identity is protected from disclosure for 72 hours or upon verification, whichever is first.

4.H.3. Media visits to medical facilities will be in accordance with applicable regulations, standard operating procedures, operations orders and instructions by attending



physicians. If approved, service or medical facility personnel must escort media at all times.

4.H.4. Patient welfare, patient privacy, and next of kin/family considerations are the governing concerns about news media coverage of wounded, injured, and ill personnel in medical treatment facilities or other casualty collection and treatment locations.

4.H.5. Media visits are authorized to medical care facilities, but must be approved by the medical facility commander and attending physician and must not interfere with medical treatment. Requests to visit medical care facilities outside the continental United States will be coordinated by the unified PA command.

4.H.6. Reporters may visit those areas designated by the facility commander, but will not be allowed in operating rooms during operating procedures.

4.H.7. Permission to interview or photograph a patient will be granted only with the consent of the attending physician or facility commander and with the patient's informed consent, witnessed by the escort.

4.H.8. "Informed consent" means the patient understands his or her picture and comments are being collected for news media purposes and they may appear nationwide in news media reports.

4.H.9. The attending physician or escort should advise the service member if have been notified.

(SECDEF WASHINGTON DC, 2003)



## **Apêndice A – Corpo de conceitos**

**Campanha** – Série de operações militares, planeadas e conduzidas para atingir um objetivo estratégico numa determinada área, tempo, que normalmente envolve forças terrestres, navais e aéreas (Exército Português, 2012).

**Efeito CNN** – Poder reconhecido à “cobertura noticiosa em tempo-real” e à consequente vigilância pública das decisões estratégicas e das operações militares, em que os media mais do que simples testemunhas, se tornaram protagonistas capazes de alterar o ambiente estratégico com um profundo efeito sobre a forma como os líderes tomam as suas decisões e os militares conduzem as suas ações no terreno (Belknap, 2002)

**Guerra** – Conflito armado entre dois ou mais Estados em que a totalidade dos seus recursos é utilizada e em que a sobrevivência nacional está seriamente ameaçada. A guerra pode também envolver alianças ou coligações. Na guerra as Forças Armadas desempenham um papel central ao executarem operações de grande envergadura para submeter as forças do adversário e atingir os seus objetivos. Embora sejam as operações de combate a dominarem o espetro, podem também incluir operações irregulares (Exército Português, 2012).

**Informação pública** – Informação publicamente acessível, cuja utilização não infringe qualquer direito legal, ou qualquer obrigação de confidencialidade. Refere-se, por um lado, ao domínio de todos os trabalhos ou objetos associados a tais direitos, os quais podem ser explorados por todos sem qualquer autorização, por exemplo, quando a proteção não é concedida por lei nacional ou internacional, ou devido à expiração do termo de proteção. Reporta-se por outro lado, a dados públicos e informações oficiais produzidos e voluntariamente disponibilizados por governos ou organizações internacionais (Uhlir, 2006).

**Jornalismo “embedded”** – Modelo de cobertura mediática adotado pelos EUA durante a IIGG através do qual os jornalistas mediante a concordância de regras definidas pelo Pentágono teriam acesso, com um mínimo de restrições, às forças terrestres, aéreas e navais, através do sistema de incorporação (Pereira, 2005).

**Legitimidade** – Condição que se baseia na perceção de certas audiências sobre a legalidade, moralidade ou justeza de um conjunto de ações e sobre a autoridade de indivíduos ou organizações em executar essas ações (Exército Português, 2012).

**Media** – Em comunicação, *media* pode ser entendido como o conjunto de instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação. Vale dizer que implica a



existência de um intermediário tecnológico para que a comunicação se realize. Este é um tipo específico de comunicação que aparece tardiamente na história da humanidade e se constitui como um dos importantes símbolos da modernidade. Concretamente, quando falamos dos *media*, estamos a referir ao conjunto das emissoras de rádio e de televisão, de jornais e de revistas, do cinema e das outras diversas instituições que utilizam recursos tecnológicos para a chamada comunicação de massa (Lima, 2004).

**Notícia** – Todo o dado não processado de qualquer natureza que pode ser usado na produção de informações (Exército Português, 2009).

**Operação militar** – Ação militar necessária para o cumprimento de uma missão estratégica, tática, de serviços, de treino ou administrativa; o processo para atingir os objetivos para cada batalha ou campanha em combate, incluindo movimentos, reabastecimentos, manobras, de ataque e defesa. Inclui o planeamento, preparação, execução e avaliação para atingir os objetivos de qualquer empenhamento, batalha, operação de grande envergadura ou campanha (Exército Português, 2012).

**Opinião pública** – Tendência de opinião sobre um assunto de interesse coletivo que consegue afirmar-se durante um determinado período de tempo como opinião dominante na esfera pública, mais precisamente no espaço mediático, constituindo-se uma importante força de ação política, independentemente do sentimento generalizado ou maioritário da população (Gonçalves, 2002).

**Pool** – Grupos limitados e criteriosamente selecionados de jornalistas que embora com acesso ao teatro de operações eram permanentemente escoltados por militares e estavam condicionados por regras e censura prévia de todo o material informativo (Pereira, 2005).

**Segurança das operações** – É o processo que confere a uma operação militar a segurança apropriada, usando meios ativos ou passivos, para negar ao inimigo o conhecimento dos dispositivos, capacidades e intenções das forças amigas (Exército Português, 2012).



## **Apêndice B – Entidades entrevistadas**

BRANCO, Carlos (Major-General na reserva, Porta-voz do Comandante da International Security Assistance Force (ISAF) no Afeganistão.

CALÇADA, José (Tenente-General, Comandante da Brigada de Intervenção e Comandante de Agrupamento de uma FND no Kosovo)

SANTOS, Meireles (Coronel, Comandante do 7º Contingente Nacional /FND /ISAF no TO do Afeganistão

PEREIRA, Santos (Responsável por durante boa parte dos seus mais de 25 anos de trabalho como jornalista, se ter dedicado à cobertura dos conflitos políticos e militares que marcaram as últimas décadas)

PIRES, Góis (Tenente-Coronel, Chefe da Repartição de Comunicação, Relações Públicas e Protocolo do Gabinete do General CEME)

ROSENDO, José (Jornalista da Antena 1 - RTP responsável pela cobertura de inúmeros acontecimentos internacionais e reportagens em zonas de conflito)

SILVA, Ramos (Tenente-Coronel, Assessor de Relações Públicas do General CEMGFA)

### **Colaboração:**

ALMEIDA, Reginaldo (Doutorado em Ciências da Informação pela Universidade Complutense de Madrid, com homologação em Comunicação Social pela Universidade Nova de Lisboa)

### **Conferência:**

CASTRO, Luís (Jornalista, responsável pela cobertura de inúmeras guerras ou situações de conflito, das quais se destacam Iraque, Afeganistão, Angola e Timor)





### **Apêndice C - Presença de jornalistas em cenários de conflito**

Por razões diversas entre as quais os progressos tecnológicos, a apetência do público por mais e melhor informação sobre os conflitos armados, ou o interesse dos poderes políticos na utilização dos *media* para divulgação da sua mensagem, fez com que a presença de jornalistas nos teatros de operações tenha vindo a aumentar consideravelmente ao longo dos tempos. Vejamos alguns exemplos:

- Desembarque da Normandia, em 1944, durante a Segunda Guerra Mundial, foi acompanhado por cerca de 27 repórteres;
- Guerra do Vietname, calcula-se em cerca de 500 os repórteres que estavam na região da Indochina, com 30 ou 40 na linha da frente;
- Na IGG, em 1991, havia cerca de 1.400 repórteres na região, destes, 192 foram integrados em “*pools*” de diversas unidades militares entre os quase 800 mil soldados aliados;
- Na Bósnia, em 1996, mais de 1.700 jornalistas noticiaram as fases iniciais das operações de paz no sector norte-americano;
- Na IIGG, em 2003, a guerra mais mediatizada de sempre, foi acompanhada por perto de 3.000 jornalistas na região e os 150 mil militares da coligação fizeram-se acompanhar por 800 jornalistas.